

## 【课程背景】

随着商业银行客户服务与营销市场竞争的加大，银行 20%主要贡献客户，成为各大银行争先营销与服务的目标，如何对客户进行分层管理，提供有差异化的服务，让银行客户尤其银行贵宾客户，能够感受到银行对他们的重视和用心，从而提升客户粘合度和忠诚度，帮助银行提升业绩和产能，让客户更加信赖银行。

## 【课程收益】

- 1.适应银行转型发展需要，明晰客户经理角色定位和业务核心价值。
- 2.培养主动营销服务意识，强化银行客户经理营销实战技能。
- 3.学习并掌握银行客户经理顾问式营销实战技巧。
- 4.掌握与客户建立长期信赖关系的方法，以满足绩效持续增长的需要。

【课程对象】 网点负责人、理财经理主管、骨干理财经理、项目经理等初中级管理者

【授课方式】 案例分享、小组讨论、角色扮演、讲师点评

## 课程大纲：

### 一、资产配置的理念与意义

- (一) 资产配置的理念
- (二) 资产配置的意义
- (三) 面临的风险种类
- (四) 如何有效防范风险

### 二、了解客户生活习惯

- (一) 客户背景了解 (KYC)
- (二) 客户生活习惯 (资产配置前提)

### 三、熟悉贵宾理财期望

- (一) 客户财富管理情况
- (二) 客户财富规划期望
- (三) 客户现有资产分析
- (四) 客户资产配置建议

### 四、与贵宾客户建立信赖关系

- (一) 客户利益放第一位
- (二) 站在客户角度出发
- (三) 资产配置理念普及

### 五、挖掘贵宾需求合理资产配置

- (一) 客户以往使用银行习惯
- (二) 客户以往财富管理习惯
- (三) 客户以往银行服务要求

(四) 客户以往资产配置分析

## **六、合理资产配置方案**

(一) 了解客户真实需求

(二) 客户风险偏重喜好

(三) 客户定性分析 (事业、创业、居住、贷款、遗产、退休、教育、保险等)

(四) 客户战略资产配置

1. 现金配置、债券配置

2. 股票配置、私募股权

3. 对冲基金、大宗商品

4. 地产商铺、海外投资

(五) 银行产品全面了解 (产品熟悉、专业呈现)

(六) 客户资产配置方案 (案例分析、角色扮演)

## **七、资产配置完美成交**

(一) 成交的正面信号

(二) 成交的负面信号

(三) 完美成交四部曲

## **八、跟进客户资产配置服务**

(一) 成交后用心跟进

(二) 未成交原因跟进

(三) 把客户放进心里

## **九、有效处理投诉**

(一) 3F 法则的重要性

(二) 转变危机为机遇

## **十、客户营销角色扮演**

(一) 中小企业主客户案例

(二) 公司高管客户案例

(三) 自由职业者律师案例

(四) 全职太太客户案例