

《公私联动交叉营销》

课程收益：

从意识上认识：部分客户的需求需要加以识别；部分客户的需求需要营销人员主动开拓；

从技能上掌握：高效识别客户的深层次需求；成功挖掘客户潜在需求；综合利用客户资源，提高客户资源使用率；

从效益上获得：各类业务指标互相促进，网点整体绩效提升；服务套餐化，客户依赖度和忠诚度提升；营销人员收入水平增加，绩效压力下降。

适合对象：银行客户经理

培训课时：2天12小时

培训讲师：许晋

课程提纲：

第一单元 交叉营销概念及客户经理定位

- ✓ 交叉营销概念解析—CRM
- ✓ 交叉营销主要的2大功能
 - ◇ 降低销售成本，提升利润
 - ◇ 增加客户转移成本，提升客户忠诚度
- ✓ 银行交叉面临的5大挑战
- ✓ 银行销售现状及竞争趋势
- ✓ 银行客户经理新定位
 - ◇ 个人业务-中间业务-对公业务
 - ◇ 客户需求-客户经理-银行内勤
 - ◇ 对外营销-对内营销
- ✓ 内部资源整合是交叉销售的关键
- ✓ 营销中一定要思考的三个角色

案例：某区域对公客户的营销步骤，某银行打通大理石产业链的实战营销案例

第二单元 银行客户数据细分与外部资源挖掘

- ✓ 了解金融人性
 - ◇ 客户资金来源

- ◇ 投资目标、年限、经验
- ◇ 客户风险承受能力
- ◇ 现金流量

视频：卖拐

- ✓ 怎么制订自己的营销目标和营销计划
- ✓ 挖掘客户资源的 5 种渠道
- ✓ 目标决定你的工作状态和工作思路
- ✓ 客户营销的第一大工作是选择而不是努力
- ✓ 推动自己目标实现的三张报表
- ✓ 如何锁定目标客户
 - ◇ 目标客户的细分及量化方式
 - ◇ 目标客户的资料来源及分析
 - ◇ 目标客户深度挖掘的方法技巧
- ✓ 目标客户角色细分与分析
 - ◇ 决策层、管理层、操作层、技术层的角色定位
 - ◇ 本项目的各角色定位（决策者、受益者、影响者、评论者、反对者）
 - ◇ 如何理清客户的管理架构及选择自己的战略盟友？
 - ◇ 如何让客户对我们的服务感兴趣？
 - ◇ 如何通过电话找到我们要找的人并进行约进？
- ✓ 对客户进行有效分组
 - ◇ 经营权有关的客户
 - ◇ 存款客户
 - ◇ 贸易融资客户
 - ◇ 资金/交易对手客户
 - ◇ 由银行其他部门/分行提供借贷额度的客户

案例：某银行在黄金下跌过程中，如何通过创造营销机会成交 800 万黄金礼品实战营销案例

第三单元 大客户客情关系处理

- ✓ 理解客户三的思维
 - ◇ 客户关系的基础
 - ◇ 客户关系发展的四种类型
 - ◇ 客户关系的意义与识别（亲近度，信任度，人情）
- ✓ 做关系的总体策略和具体技巧
 - ◇ 建关系的技巧（从无到有）
 - ◇ 做关系的技巧（提升加深）
 - ◇ 拉关系的技巧（拉来拉满）
 - ◇ 用关系的技巧（借用资源）
- ✓ 如何找到客户关键人
 - 讨论：交叉营销中最容易犯的本质错误是什么？
 - 实战练习：某银行如何在季度末考核来临前，通过一个大客户关键人完成4个亿的存款业绩。
- ✓ 客户分组与服务目标
- ✓ 如何通过老客户进行交叉营销

第四单元 大客户沟通技巧

- ✓ 认识你的客户性格及沟通方法
 - ◇ 视觉型、触觉型、听觉型
 - ◇ 三种类型的沟通方式
- ✓ 沟通技巧的四要素（望、闻、问、切）
- ✓ 沟通互动技巧训练
 - 视频：如何跟客户建立亲和力，神探04
- ✓ 客户面部表情解读
- ✓ 沟通在交叉营销中的实际应用
 - ◇ 沟通技巧的四要素（望、闻、问、切）
- ✓ 建立亲和力的具体方法和工具
- ✓ 关注点：重点客户、老客户、潜在客户的电话流程区别
- ✓ 让客户记住你的5个沟通密码
- ✓ 外出拜访要带哪些资料？

- ✓ 客户服务流程与方法
- ✓ 最有效的营销地点探讨

第五单元 大客户合作谈判与服务技巧

- ✓ 为客户寻找购买理由
- ✓ 产品展示的方法
 - ◇ 产品设计上给予的特性及功能
 - ◇ 产品特性的利点
 - ◇ 满足客户本身特殊的需求
 - ◇ 图表法、对比法、数字法、案例法
- ✓ SPIN 的问话及深度挖掘客户需求技巧
 - 分组讨论/角色演练/分组练习:有效提问的步骤
- ✓ 产品组合的核心
 - ◇ 客户类型
 - ◇ 主要金融需求
 - ◇ 配套产品服务
 - ◇ 衍生金融需求
- ✓ FABE 的产品展示
- ✓ 如何设计和展示方案
 - ◇ 产品设计上给予的特性及功能
 - ◇ 产品特性的利点
 - ◇ 满足客户本身特殊的需求
 - ◇ 图表法、对比法、数字法、案例法
 - FABE 案例演练：基金定投、保险
- ✓ 客户成单的常见借口及演练
- ✓ 客户拒绝成交 5 个原因
- ✓ 客户常见的异议处理技巧
 - ◇ 解决异议的逻辑
 - ◇ 人性行销的公式：认同-赞美-转移-反问
 - ◇ 处理成交异议的具体话术

- ◇ 具体方法与处理话术
- ✓ 客户成交的 6 种暗示
- ✓ 快速成交的 7 种方法
- ✓ 客户满意度 VS 客户忠诚度
- ✓ 如何让客户从满意到忠诚
 - ◇ 全员动员服务客户
 - ◇ 全方位的客户关怀
 - ◇ 常规问候：1-3-7-21 法则
 - ◇ 重要节假日的问候
 - ◇ 形式比内容更重要
- ✓ 如何从客户深度维护到客户营销
 - ◇ 客户重复营销、交叉营销、转介绍营销

短片观看及案例分析：某客户经理让客户转介绍案例，某银行如何通过三甲医院合作完成医保结算大额业务

第六单元 客户的抱怨与投诉处理

- ✓ 处理客户抱怨及投诉的“葵花宝典”
 - ◇ 宝典一：积极聆听，以示尊重；
 - ◇ 宝典二：求同存异，寻求共识；
 - ◇ 宝典三：彰显利益，弱化不足；
 - ◇ 宝典四：把握时机，促成决定。
- ✓ 客户投诉的心理分析
- ✓ 客户投诉的四种需求
- ✓ 处理客户投诉、异议的金科玉律
 - ◇ 3W、4R、8F 法则，处理客户异议
 - ◇ LSCIA 模型处理客户投诉
- ✓ NLP 在客户投诉中的应用
 - ◇ 通过语言建立和谐关系——先跟后带
 - ◇ 通过语言洞察思想——逻辑(理解)层次
 - ◇ 运用语言澄清思想——检定语言模式

- ◇ 运用语言转变心态——把否定性的负面词语改为肯定性的正面词语
- ◇ 运用语言摆脱困境——改写语言和思维模式
- ◇ 运用语言重塑积极的思维模式——换框法
- ✓ NLP 六个层次的启发及应用
- ✓ 产生分歧的行为动机

演练：上对下切法的应用

第七单元 优秀客户经理的心态修炼

- ✓ 客户经理要面对的挑战
 - ◇ 客户的要求变化
 - ◇ 竞争对手的策略变化
 - ◇ 新产品的推出变化
- ✓ 如何管理自己的心态
- ✓ 应该具备的心态：积极、坚韧、责任、感恩
- ✓ 积极的心态
 - ◇ 积极寻找解决问题的方法，而不是埋怨问题发生的原因
- ✓ 坚韧的心态
 - ◇ 带有爱心地坚持本职工作

案例：陈阿土的故事，一位卓越副行长的成长经历

- ✓ 责任的心态
 - ◇ 对事情的结果负责
- ✓ 感恩的心态：心态修炼的核心
 - ◇ 感恩于自我
 - ◇ 感恩于父母和朋友
 - ◇ 感恩于团队及社会
 - ◇ 感恩于自然 