

# 银行大客户“赢”销之道

主讲：李瑞倩老师

## 【课程背景】

作为大客户营销与维护人员，你是否经常有这样的遭遇和困惑：80%的业绩来自于20%的大客户。根据20/80法则，如果能对这部分大客户提供针对性的服务，提高客户的满意度，他们就很可能成为银行的忠诚客户，从而持续不断地为机构创造业绩。

那么大客户拓展维护又有哪些技巧及方式方法？又该如何建立长久且稳定的客户关系？

本课程讲授大客户批量拓展及关系深度经营的原则和技巧，分享标准化大客户拓展及维护体系，梳理大客户营销关键，助力机构实现业绩倍增！

## 【课程收益】

- 更好了解高客画像的前提下建立良好的高客互动好关系
- 掌握大客户批量化拓展的核心环节与步骤
- 掌握大客户关系深经营与升级的核心环节与步骤

【课程对象】各金融机构的主管领导、私行顾问、投资顾问、理财经理、客户经理和其他营销岗位等

【课程时间】1天，6小时/天

## 【课程大纲】

### 一、大客户是一群怎样的人？

#### 1. 分析客户

- 定义客户画像
- 制定客户标准

工具运用：客户分类矩阵

#### 2. 应对大客户的挑战

- 获客场景越来越难
- 获客成本越来越高

#### 3. 探秘大客户，他们是谁

- 企业主：私营企业、特别是上市公司企业主或实际控制人
- 企业高管：私营企业、特别是上市公司里的总经理、财务总监等
- 专业人士：专业投资人、律师、会计师、文体明星等
- 全职太太：丈夫为企业主、企业高管等高收入人士，全职太太为家庭财富主要控制人
- 白手起家富一代、一夜暴富幸运者、继承家业的富二代、革新主义者、高瞻远瞩者、实用主义者、保守主义者、落后主义者等

#### 4. 大客户的三不同

- 社会生活维度的不同

超过成功临界值的人

进入良性循环的人

停不下来的人

- 财富创造维度的不同

具有优势资源的人

愿意为专业付费的人

有科学决策的人

- 财富管理维度的不同

执着与偏执

自信与自负

敬业与愧疚

## 热爱与厌恶风险

### 二、如何批量化拓展大客户？（信任背书）

#### 1.公私联动高知客户、企业主客户开发

- 代发工资
- 企事业单位
- 政府机构
- 民营企业
- 金融机构
- 小微企业
- 集团类总对总、分对分
- 对公经理个人关系联动

#### 2.供应链企业主客户开发

- 原材料
- 上游供应链
- 核心企业
- 下游经销商
- 终端消费者

#### 3.社区园区企业主客户、富裕家庭客户开发

- 城市新区
- 高端小区
- 科技园区
- 经济开发区
- 高校园区
- 经贸示范区
- 金融园区
- 基金小镇
- 国际社区

#### 4.高端消费平台大客户开发

- 奢侈品平台
- 时尚会平台
- 文化平台
- 出行平台
- 旅游平台
- 其他平台

#### 5.大客户圈层开发

- 品酒会
- 校友会
- 高尔夫俱乐部
- 商会年会
- 知名大学 EMBA

#### 6.主动发起大客户活动开发

- 主题茶艺会
- 主题投资沙龙
- 主题传承讲座
- 名校教育讲座
- 商业领军论坛

## 7.客户转介绍及个人 IP 打造吸引大客户开发

- 客户开发
- 客户聚合
- 个人 IP 打造
- 亲人+朋友等新圈层

行动学习：大客户开发商业画布

## 三、当下大客户营销与维护工作到底该怎么做？（不销而销）

### 1.打造与大客户相匹配的软实力

### 2.打造与大客户相匹配的硬实力

### 3.从陌生到熟悉

- 网页中可以查到客户信息
- 微信微博中可以查到的客户信息
- 抓住客户参加活动的机会

商会、协会、培训

### 4.从熟悉到信任

- 主动创造客户拜访的机会
- 客户亲和技巧：让客户更轻松，让自己更从容
- 客户亲和技巧：学会问问题，走进客户的生活和工作

### 5.从信任到产品

- 客户基本信息
- 客户投资情况和变动
- 难点突破他行资产信息
- 从资产检视服务问资产
- 从投资风险偏好问资产

### 6.从产品到服务

- 从一次销售到再次销售
- 从单一产品到资产配置
- 从投资收益到保障权益
- 融入客户生命周期需求

### 7.从服务到未来

- 形成期金融需求
- 成长期金融需求
- 成熟期金融需求
- 衰老期金融需求