

客户开发渠道与沟通技巧

主讲：张宇

课程背景：

现在国内的金融从业者近千万，其中有相当一部分为财富顾问，理财顾问或者客户经理等业务类从业者。同时，每年还有大量的新人进入到金融行业成为一名业务人员。那么如何培养这些业务人员，让新加入的业务人员快速成长起来，让原有的业务人员进一步提升呢？为了解决这一问题，并结合多年的实际培训和展业经验系统的将各种碎片化的培训内容结合成系列的金融人才培养课程，通过本课程能够体系化的将业务人员在展业过程中遇到的，解决不了的问题一一纾解，并帮助学员快速成长。

课程收益：

- 拓客能力提升：通过大量案例引导并激发业务人员的拓客思维从而提升挖掘陌客能力；
- 客户邀约演练：帮助学员设计各类邀约话术并通过演练等方式提升邀约成功率；
- 专业沟通能力：通过提升学员专业能力打造人设并以此推动其产品解说能力；
- 促单签约训练：有针对性的训练销售促单技能，帮助学员达成临门一脚的业绩达成；
- 增强粘性规划：通过案例引导并带领学员研讨各种维护客户，增强粘性的方案

课程时间：0.5天

课程对象：财富顾问、理财经理、投资顾问，客户经理（课程人数：20~40人）

课程大纲：

启发视频：乔布斯如何分析自己的客户

一、谁是我们的客户？

1、你所在城市的市场环境是怎样的？

- 竞业公司梳理：全国性，地方性
- 竞业产品归纳：标准化，非标准化

2、思考并寻找符合需求的客户方向

研讨：与竞业者的差异，我们的产品能满足什么样的客户群体？

- 客户需求的四个要点：业务合规，收益合理，服务品质，管理运营
- 符合需求客户画像一：有安全稳定投资需求的人
- 符合需求客户画像二：正在创造财富的人
- 符合需求客户画像三：即将创造财富的人
- 符合希求客户画像四：曾经创造并依然保持财富的人

3、结合需求确定客户目标

思考：符合画像标准的人都是谁？

- 有安全稳定投资需求的：有持续稳定收入为主（工薪，企事业单位等）
- 正在创造财富的：以成功创业者为主（企业家，商人，专业投资人等）
- 即将创造财富的：以年轻人或意外收益为主（拆迁，富二代，高科技人才等）
- 曾经创造并依然保持财富的：以有积累的老人为主（房租收益，高额存款等）

分组研讨：结合客户画像标准研讨客户在城市中的哪些地方

二、去哪找我们的客户？

工具：潜在客户开发明细表

1、寻找客户最主要的四个方向：公共场所，社会群体，人脉关系，平台借力

2、寻找客户不同方向的优劣势与方式方法

- 公共场所：市场，超市，街边，体育馆（传统方式与创新方式）
- 社会群体：球会，车友会，广场舞团体，歌友会，旅行团（联动与参与）
- 人脉关系：亲属，朋友，同事，战友，同学校友，转介绍等（有信任基础）
- 平台借力：产说会，社会培训，网络，销售相关平台（内部组织或外部交换）

研讨：分组研讨最适合的开发方向并分析更适合的开发方向

三、用什么方式找到我们的客户

1、开发客户的三种模式定位分析：电销，网销，面销

2、打电话开发客户的方式演变（成功概率）

- 前期准备：电话号码，个人情绪，专业储备，资料整理
- 事中操作：设计话术，调整情绪，注意节奏，重在邀约
- 事后总结：通话内容记录，重点客户标注，通话情况分类
- 七种电销情况应对分析
- 熟客与陌客在电话沟通形式中的差别

案例：某公司电销冠军成长历程

3、借用网络开发客户（重在渲染打造人设吸引客户）

- 微信（QQ）开发客户要领：有效利用朋友圈，吸引准客户利器
- 抖音+微博吸引客户：重在坚持，培养客户，打造人设

案例：某销售精英如何利用朋友圈树立专业人设并不断开发新客户

4、不同场景下现场开发客户（不同阶段做该做的事）

- 陌生公共场景：多认识，简沟通，加联系，留印象
- 定向群体活动：多参与，拒急功，增熟络，懂借力
- 随机偶遇场景：多观察，会创造，套近乎，知进退

研讨+演练：在三种不同场景中演练与客户沟通