

《银行理财经理电话营销技巧提升》

一、培训背景

随着各个金融机构间客户争夺激烈程度的加剧以及精细化营销的广泛使用，越来越多的机构意识到：在对存量客户进行筛选和分析的基础上，为其提供更加主动、更加个性化的营销方案是增强客户黏度、提升客户价值的重要途径。

作为直接服务众多银行优质存量客户的理财经理/大堂经理，手中掌握了许多的客户资源，如何通过更高效的方式去激活这部分客户，是我们必须去重视的一个课题。

二、培训目标

- ☎ 让学员对电话营销工作有正确的理解和认知，并建立对电话营销工作的信心和兴趣；
- ☎ 掌握开场与客户建立关系的方法，提升客户需求的引导能力；
- ☎ 学习如何处理客户各种异议，提升电话营销的成功率；
- ☎ 通过多种授课形式相结合的方式，让学员提升实战能力。

三、培训安排

☎ 培训时长：1天（根据实际情况可附加N天辅导）

☎ 培训对象：理财经理、大堂经理等

☎ 授课方式：理论讲授+录音分析+案例分享+模拟演练

四、课程纲要

第一部分、全面认知电话营销

☎ 对于电话营销的困惑和认知

- 为什么有些客户宁可相信骗子，也不相信我们
- 电话营销是不是就是向客户推销我行的理财产品、存款和基金

☎ 电话营销不同阶段的任务

- 初始阶段—营造信任
- 互动阶段—需求引导
- 合作阶段—呈现价值

第二部分、电话营销关键阶段与话术设计

1. 电话前准备

☎ 心态准备

- 关注可掌控的部分

- 积极正面
- 不争对错
- ☎ 分析各种可能分析的资料，进行初步需求判断
- 客户的资产状况
- 客户年龄/性别
- 客户职业/性格特征
- 过往的理财产品购买情况、风险承受水平……
- ☎ 明确你的电话目的和目标
- 和用户初次电话沟通时
- 跟进预约过的客户时
- 熟悉基础外呼的流程
- **现场练习：保持营销前阳光心态的小技巧**

2. 开场白至产品介绍阶段的要点

- ☎ 电话营销开场白的流程设计
- 接通电话后，客户初始阶段在想什么
- 客户问候和自我介绍的误区
- 如何陈述来意，吸引客户的注意

- 如何快速将产品介绍的清晰和有吸引力
- 如何要到客户的承诺
- **情境模拟：根据营销五部曲来设计不同情境下的话术**

3. 电话营销过程中不同情境下的异议处理

☎ 客户出现异议的各种情况分析

- 客户说“我在考虑下吧”，你知道是什么意思吗
- 客户在拖延
- 客户存在顾虑
- 客户在敷衍

☎ 各种异议的应对处理

- 客户拖延时的应对四部曲
- 客户存在顾虑时的应对四部曲（你们的产品不如某行的……产品）

☎ 客户存在敷衍时的常见表现

- “我目前还不需要做理财”
- “以后有理财和投资的需求我再联系你吧”
- “等我考虑一下吧，过一阵再联系我”
-

☎ 客户敷衍时客户需求引导的四个步骤

- 植入观念引导，理念达成一致
- 借助别人的嘴巴，说出你想说的话
- 找准时机，肯定客户
- 巧用“趋利避害”，促动客户做决定

▫ 小组练习：如何表达能增强对方的沟通愉悦度

☎ 需求引导过程中的提问和倾听技巧

- 如何区分客户的要求和需求
- 需求挖掘过程中常见的提问技巧
- 倾听的三个层次及重要动作指引

▫ 头脑风暴：这个客户经理的倾听能力存在什么问题

☎ 客户情绪的应对与自我心态调节

- 情绪管理的“ABC”法则
- 管理客户情绪的两个实用技巧
- 自我心态调节的三个要点

☎ 课程总结与答疑

☎ 情境案例的练习