

银行信用卡电销话术创新设计

张光禄老师

课程背景：

在当下的信用卡电销过程中，我们会发现很多新的问题限制着我们的营销，客户到底要什么？客户还有什么高频强需求是我们没有想到、做到的？我们还能通过什么产品、什么方式去满足客户的强需求？当这一切的问题都被解决的时候，我们就能实现业绩的大幅增长。掌握核心的营销话术设计思路，掌握营销话术的设计方法和流程，迭代各产品的营销话术，成为了当下实现业绩突破最重要的环节。

课程收益：

通过老师的现场讲解和大量的现场演练，让学员掌握一套创新营销话术的方法，并能够快速融入到我们的实际工作中来。

课程受众：

全体参与信用卡电销伙伴及相关需求者

课程时间：

1~2 天（6 小时/天）

课程大纲：

一、我们工作中会涉及的监管

1. 消费者权益保护法
2. 个人信息保护法
3. 银行业协会的相关监管要求
4. 我们如何做好合规宣传、销售

二、营销话术创新设计

1. 我们为什么想着要对话术进行
2. 我们的同行都在这么做
3. 与时俱进、顺势而变

例：龙虾不辣、咸蛋不咸的产品创新设计解决了市场的多元化需求

4. 什么是我们眼中完美的客户？
5. 回归现实，学会选择和引导客户的思维和行为
6. 设计营销话术的核心都是为了解决客户的问题

例：平安银行的一位客服的电销内容

7. 比解决客户问题更高一个维度的就是满足客户内心的潜在需求
8. 任何客户都要做的 5 大购买决策
9. 在客户做决策时常会遇到的 6 层障碍
10. 解决客户六层障碍的 8 大解决步骤
11. 客户常常会遇到的待解决问题

例：工商银行的分期手续费率非常合适，但客户需要年消费 20 万元才能抵扣年费

12. 关于创新话术设计的步骤和流程
13. 如何设计一套符合市场需求的营销话术

例：华夏银行电销客服营销话术

14. 开始设计针对于你产品的创新话术设计

三、将我们设计好的方案进行高效执行

1. 没有前端的执行，一切都是空谈
2. 通过岗位技能培训实现方案加速落地

- 3 . 岗位技能培训流程再梳理
- 4 . 制定符合业务流程需要的岗位职责
 - (1) 全面分析并分解业务流程
 - (2) 根据各流程的重要度和贡献度进行岗职再设计
- 5 . 通过设计有效的管理机制激发团队自动自发，高效运转