

# “走出去，引进来”

## 客户经理厅堂及外拓超级获客能力提升

主讲：张光禄老师

### 【课程背景】

一切的企业战略和策略都需要通过销售这个环节来进行实现。而在执行层第一线的客户经理，在销售环节也有很多因素会导致整体业绩的达成率波动。在众多因素中最核心的要数获客环节了，因为有客户是一切营销动作的开始。如何让我们拥有更多数量的潜在客户便成为了所有客户经理面前的一道常解之题。

### 【课程收益】

老师从市场分析、客户需求及获客的方式方法进行解读，让学员对获客有一个更为全面的了解，同时让学员能够掌握获客的方法和技巧，为达成优异的绩效成绩奠定第一步核心基础。

【课程受众】各金融机构的客户经理及拥有销售指标的从业人员

【课程时长】可做 2~3 小时线上/1~2 天现场/2 天 1 夜的封闭式培训（6 小时/天）

### 【课程大纲】

#### 一、大家是否也有这些烦恼呢

1. 厅堂的自上客户数量不理想
2. 厅堂的自上客户层级不是我想要的
3. 我们都快成为“老年银行了”
4. 每天的时间都被厅堂的事情所占用，哪还有时间去外拓客户
5. 自己的客户结构不健康，不能按照自己的节奏去出业绩
6. 自己系统内的客户量和质量都没别人的好

#### 二、获客能力的重要功能和意义

1. 获客能力决定着企业战略的落地实施成果
2. 市场的不断变化加速推动我们的变革
3. 增量市场和存量市场的差异影响着我们的获客行为

例：老师采访银保证基四大领域销售牛人对不同市场环境下的获客答案

4. 获客能力决定着个人的职业生涯发展

例：网传 400 万保险从业人员逃离保险业的真正原因

5. 通过成功销售公式看核心绩效产生的底层逻辑

例：浦发销冠运用成功销售公式实现销售业绩逆袭，突破全行销售记录

6. 通过成功销售的八大步骤看获客的重要意义

#### 三、获客能力的多维度多层次提升

1. 都有哪些属于客户获取呢

一切都因立场不同，而有不同的定义

2. 决定获客成败的多种因素

(1) 你要建立正确的获客意识

(2) 主动，主动，再主动

例：浦发销冠洗个车加个油都能成功的加到潜客的微信

(3) 专业胜任是成功获客的核心关键

1) 你的名单不是你的客户

2) 潜客身边的客户经理众多，购买产品时为什么选择你

3) 潜客购买产品时会发出 5 大购买决策

4) 细数你能带给潜在客户的核心价值

5) 不断学习不断精进，让你的客户源源不断

(4) 在客户经营中你要传递给潜客的 5 大核心价值

3. 主动获客和被动获客

(1) 二者的核心区别

(2) 通过 3P 营销理论看二者的不同获客场景

4. 主动获客的方法

(1) 私域获客和公域获客的区别

1) 明确你的私域流量

2) 什么才是你的公域流量

(2) 私域获客方法和技巧

1) 缘故法

2) 客户转介绍

➢ 非成交客户推介法

➢ 已成交客户转介绍

➢ 核心老客户转介绍

3) 学绘制你的私域流量网格图

(3) 公域获客方法

1) 被动的等候客户来网点

2) 主动的纯陌生的上门拜访

3) 主动的通过各类关系建立的半陌生拜访

4) 主动的通过举办沙龙、论坛进行的营销获客

5) 主动的通过互联网进行的个人 IP 打造数字化获客法

a. 朋友圈营销

b. 社群营销

c. 短视频营销

d. 直播营销

e. 企业 APP 营销

5. 老客户转介绍的意义

(1) 开拓新客户的成本是维护老客户的 7 倍

(2) 看似无用的唠家常实际是在进行深度的 KYC

(3) 通过老客户转介绍让我们产生平稳绩效

(4) 通过老客户转介绍让我们实现降本增效

6. 老客户转介绍的技巧

(1) 客户为什么要帮你介绍他的亲朋好友给你

(2) 要不断地增加你在客户心中的价值和地位

(3) 运用梯度量表思维阶段性实现客户满意度等级要求

(4) 永远站在对方的立场为他着想

- (5) 永远不离嘴的真诚赞美
- (6) 善用你的眼神，此时无声胜有声
- (7) 永远不要有过多的要求
- (8) 永远不要想用销售技巧赢得客户，因为傻子不在你的名单内

7.7 大综合获客闭环，为你的获客加速

**互联网 OMO 模式+社群营销+自媒体直播+线上线下论坛沙龙+厅堂营销+家庭聚会+爆品营销**

#### 四、总结

心中念获客，客户自然来！