

客户经理必须掌握的礼尚往来之道

主讲：张光禄

【课程受众】各金融机构营销条线全体人员及相关需求者

【课程时长】半天~一天（6小时/天）

【课程大纲】

一、客户经营定江山

1. 当下竞争激烈的市场环境分析
2. 客情关系往往决定着业务走向
3. 关系走在专业前的客户经营策略
4. 让客情关系迅速升温的礼尚往来

二、送礼送到心坎上

1. 你真的会挑选礼物吗？
 - (1) 不同客群的选品策略
 - (2) 不同客户等级的选品策略
2. 你真的会送礼吗？
 - (1) 送礼的核心逻辑：永远让对方觉得欠你的
 - (2) 送礼的基本原则
 - ①送礼不吃饭
 - ②少花钱，多次送
 - ③让客户能够记住你
 - ④送礼先看性价比
 - (3) 什么时间送最合适
 - (4) 礼品的来源

例：浦发销冠的送礼之道，一个生日蛋糕带出来的三家企业员工团办个金业务

3. 都有哪些可以成为我们的礼？
 - (1) 实物礼品
 - ①行内集中采购的随手礼品
 - ②行内集中采购的标准礼品
 - ③行内集中采购的签单礼品
 - ④行内特殊采购的定向礼品
 - ⑤个人为客户采购的个性化礼品

(2) 虚拟礼品

- ①行内组织的各类活动门票
- ②行内组织的各类线上社群活动的参与权
- ③行内组织的各类线上直播活动的入围权

三、礼品的价值塑造，让你的客户感激你

1. 为什么很多时候我们给客户送了礼，对方反而不领情
2. 为什么很多客户经理会觉得给客户送礼这件事对业绩帮助不大
3. 为什么有的客户经理觉得给客户送礼就是白花钱
4. 想要赚钱就要先学会花钱

例：浦发销冠运用独创的10倍客户经营法则，仅三个月便取得绩效的飞速突破

5. 往往我们没有把礼品的价值凸显出来，且放到最大

- 6 . 运用瓶颈突破法找到待突破的瓶颈点
 - 7 . 运用营销中的 STV 三角形模型进行价值展示
 - 8 . 运用沟通中的哈里视窗模型进行价值放大
 - 9 . 永远记住，客户只关心和他紧密相连的事情
- 四、现场答疑环节