

一切以客户为中心

主讲：张光禄

【课程背景】

在全球经济持续下滑的今天，各金融机构想要实现持续盈利，让自己在市场上立于不败之地，那就要从两大方向进行变革。那便是边通过降低经营成本来释放一部分利润，边通过服务更多的新老客户增加经营性收入。而在经济发展的当下阶段，供需平衡再一次被改变，想要让更多的新老客户持续发生购买行为，那就要围绕“一切以客户为中心”去进行全域思考，调整经营策略，调整行为模式，升级产品形态，提高服务标准。

【课程收益】

老师从当前的市场实际情况出发，带领学员从思想认知、客户需求分析、经营策略调整、营销行为改变等方面，为学员解决从原来的被客户牵着走的状态中走出来，真正的通过客户经营来引导客户购买意愿和购买决策，最终实现各金融机构的持续业绩增长率。

【授课对象】

银行、保险、金融机构管理层、中后台销售支持团队、营销条线全体人员及相关需求者

【课程时长】1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、当前的经营业绩您真的满意吗？

1. 全球经济形势持续下行加速各行业加速迭代
2. 真正碾压你的并不一定是你的行业竞争对手

例：老百姓每天都在用的美团、拼多多也都拥有自己的支付体系和信贷体系，跨界抢生意的并不在少数

3. 三年疫情为各行各业按下了暂停键，这也给大家带来了更深度的思考

例：华为改变经营策略，要求每笔订单都必须赚钱

4. 金融虽说站在食物链的顶端，但也是几家欢喜几家愁

例：平安北京某区的个险团队经理天天为业绩烦恼，并说出了业绩直线下滑的真实原因

5. 您是不是也常常被这些问题所困扰

(1) 为什么我们非常努力，但依旧没有达成我们的目标

例：时代在改变，过去的地图永远到达不了新的彼岸，所以你的导航该更新了

(2) 是不是真的向很多客户经理所说的客户结构不健康

例：农行、邮政、农商行等学员反馈的真实情况是真的真实吗？

(3) 为什么我总是碰到那些很难搞定的客户

例：没有所谓的内卷，那只是你本来就应该做到的标准罢了

6. 你真的懂得如何经营你的绩效吗？

例：老师辅导北京农行某支行客户经理学会经营自己的业务，当月实现绩效逆袭，并签订千万期交保单

二、想得到好的绩效，营销就得这样做

1. 在这个全新的时代，谁拥有了客户，谁就拥有了新的未来

例：各家金融机构已从原来的单一追求销售业绩，转为追求更为长期的客户经营模式开始从一次性消费利润向重复性消费利润进行转变

2. 从核心业绩达成公式看营销三要素
3. 三要素中每一个都离不开的核心就是你的客户
4. 我们当下的营销方式能否让我们实现自己的目标
 - (1) 我们为什么要这样做

例：从浦发销冠的经营行为看为什么这样做

- (2) 运用第一性原理重新审视我们的行为

例：埃隆马斯克在收购推特公司后做出的大裁员行为

- (3) 通过推演，调整我们的营销行为

5. 一切商业的本质是价值的交换

三、只有一切以客户为中心，才能让你持续的拥有客户

1. 客户经营您真的做对了吗？

- (1) 现在做客户经营仅拼酒场并不能走的长久
- (2) 不要在搞客户关系上再投入大量的时间和精力
- (3) 天天给客户送礼只会把他的胃口撑的越来越大

2. 客户到底有没有所谓的忠诚度

例：大量网红不停的更新自己的作品，只为留住辛辛苦苦引来的流量

3. 思维的转变让你获得客户的芳心

- (1) 我不是推销员，而是专业的金融顾问
- (2) 从卖方思维转换为买方思维（立场的转变）
- (3) 要把头脑中的“我以为”转换为“客户要”

例：老师带领中行某分行的支行长进行思维转变，整体支行绩效达成率直线上升

4. 明确你的客户要从你这得到什么

- (1) 客户买的到底是什么

例：北京理财师协会专家一语道破天机

- (2) 为什么客户要跟你购买
- (3) 专业胜任是你最基础的价值体现

例：老师带领花旗银行私行客户经理为客户定制专业的家庭理财报告手册，获得客户的高度认可，并签订理财订单，且大量为其进行客户转介绍

- (4) 你还能为客户创造哪些真正的价值

例：招商银行对公业务条线为客户打造投行一体化的全方位融资解决方案

5. 更清晰的客户画像是你提供服务的前提（定位）

例：老师好友，坐拥2000万粉丝的金融大主播在不同时期设定的不同客户画像

6. 深度的KYC让你更了解客户的需求

- (1) KYC九宫格法则
- (2) 沟通中的引导技术

7. 客户的分层分级管理，让你的效能提升

- (1) 传统的客户分层法
- (2) 苹果四象限法
- (3) 神奇的梯度等级法

8. 营销场景的转变

- (1) 客户在哪儿我去哪儿
- (2) 从原有的守厅堂模式转为主动出击的外拓模式
- (3) 所有的营销场景设定要根据客户的行为习惯出发

例：老师为招行设计的咖啡厅内有银行、为中行设计的金融安全进社区的方案分析

(4) 外拓陌拜营销、外拓设点营销、外拓整合营销、互联网营销全模式打通

9. 细数我们手中的硬核产品

(1) 根据客户需求进行设计、选定你的爆款产品

(2) 你提供的服务也是一种有价值的产品

10. 只有采取差异化经营才能让你立于不败之地

11. 加速行动并不断优化你的客户经营策略

(1) 开始行动，是最重要的一步

(2) 没有任何一个执行策略一开始就是完美的

(3) 行动中找到系统中存在的可优化点

(4) 不断迭代，高效执行

12. 一切以客户为中心并不是要无止境的满足他们的一切要求——守住自己的道

四、复盘与总结