

政策性融资担保公司对公营销技能提升

主讲：张光禄老师

【课程背景】

我国3月5日各类经济目标的新鲜出炉，给国内各行各业注入了一剂强心针，同时也给各金融机构带来了新的机遇与挑战。当下各金融机构的内卷模式已开启，如何更好的选择投资标的、经营资产端和资金端大客户便成为了当下最重要的事。

【课程收益】

通过学习，让学员从市场、公司、客户、自己多维度进行思维升级，打开自己的营销视野，掌握大客户营销的核心逻辑和工具，并通过现场的互动和演练，让学员实现带着问题来，拿着方案走，对学员的整体营销能力有大幅提升。

【课程受众】

各金融机构营销条线全体成员及相关需求者

【课程时长】1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、全球经济前所未遇之大变局

1. 全球经济现状简述
2. 从中央经济工作会议看市场变化及发展方向
3. 一切都是供需之间的平衡与再平衡关系
4. 我国推动供给侧改革、经济双循环，解决供需平衡关系
5. 改革对各行各业产生的深远影响
6. 我们要有效的避开被改革企业的坑
7. 在同业竞争异常激烈的当下进行突围
8. 金融产品的客户定位也在发生着变化

二、达成销售的核心法门

1. 运用成功利润公式找到我们的发力点
2. 从阿里巴巴的营销三要素反观自我
3. 是什么限制了我们的业绩增长（资产端&资金端）
4. 运用瓶颈突破理论找到实现目标的核心瓶颈
5. 通过瓶颈突破的灵魂三问，开启我们的绩效突破之旅
6. 我们要如何调整

(1) 深度分析资产端和资金端的需求

(2) 经营思路从卖方思维向买方思维进行转变

三、设计突破核心障碍的所有路径和方法，快速突破，达成目标

1. 清晰的市场定位是您经营绩效真正开始
 - (1) 通过市场分析全面了解市场环境及需求
 - (2) 通过优势资源找出你的细分市场阵地
 - (3) 选定的市场就是未来的主战场
2. 您的客户到底是谁？
 - (1) 您要找的核心客户是谁？
 - (2) 资产端和资金端要具备哪些标准：
 - ① 资产端的资产是否优质

② 资金端是机构资金还是募集资金

- (3) 建立清晰的客户画像
- (4) 客户一定要进行分层管理
3. 想让资金端出资，首先就要让他了解资产端的项目

- (1) 资金端客户到底想要得到什么
- (2) SWOT 问题分析法运用
- (3) 深度分析资产端所带出的项目
- (4) 深度分析所处市场对标竞品

现场练习：运用 SWOT 分析法分析现有的一款产品，同时分析一款竞品

4. 客户做出购买决策时考虑的的 5 大因素
5. 为您的客户定制专属的解决方案（资产端&资金端）
 - (1) 永远向着为解决客户的核心需求出发
 - (2) 提供客观中立的解决方案更容易捕获客户的心
 - (3) 卖的永远不是产品，而是通过产品给客户带来的好处
 - ① 资产端：资金效率高、解决方案优
 - ② 资金端：项目稳健、阶段盈利能力强、投资回报率高

6. 在双向销售成交过程中常常会遇到的 6 层抗拒

- 第 0 层抗拒 没有沟通线
- 第 1 层抗拒 对方不认同你提出的问题
- 第 2 层抗拒 对方不认同你提出的解决方向
- 第 3 层抗拒 对方不认同你提出的解决方案
- 第 4 层抗拒 对方认为你提出的解决方案存在负面分支
- 第 5 层抗拒 对方认为你提出的解决方案存在执行障碍
- 第 6 层抗拒 对方有莫名的恐惧感，犹豫不决

7. 解决销售 6 层抗拒的 8 步训练方法

- 第 1 步 建立沟通线
- 第 2 步 挖掘需求
- 第 3 步 达成共识
- 第 4 步 展示方案
- 第 5 步 要求承诺
- 第 6 步 处理障碍
- 第 7 步 达成销售
- 第 8 步 销售复盘

现场演练：按小组现场设计一个你给客户提供的解决方案

8. 在时间面前人人平等
 - (1) 我们都在和时间抢效率
 - (2) 6 大维度快速过滤你的目标客户
 - 购买意愿度、是否符合购买条件、购买决策、购买金额、购买数量、购买时间

9. 强大的执行力是销售业绩的直接保障

- (1) 人之所以不行动有两大核心原因
 - 对事物的认知层面不够、经过大脑计算后觉得做这件事情的动力不够
 - 问题的核心是存在思维的冲突

核心冲突的高校解决办法——冲突消云图模型详解

- (2) 找到核心发力点，记住，处处发力等于白费力气

- (3) 远离所有的负面情绪和负面磁场
- (4) 盯紧你的目标，不要让外因干扰你的行动
- (5) 量大是达成绩效的核心关键
- (6) 主动主动再主动，行动行动再行动

10. 客户的异议处理