

如何真正的打入客户的社交圈层

2021.07.06

授课老师：张光禄老师

我们为什么要打入客户的社交圈

快速拓展业务范围

以最低的成本获取大量的客户资源

我们的想要的结果

真正进入客户的社交圈，从而获得同量级客户资源

打入客户社交圈层的核心是让客户对你 100%的认同

最好还是让你的客户拿个大喇叭帮你宣传，
细数你的各种好，还都逼着朋友们赶快下单

行业的现状是什么样的呢

每个客户身边都有一堆客户经理在那盯着

市场竞争白热化，客户选择多样化，客户维护难上加难

例：北京某产业园多家银行轮番轰炸

客户只为你的价值买单

例：多家银行为北京某建筑企业 A 地块提供融资解决方案

客户经营

获得客户认同

只有获得客户认同才能进入客户的社交圈层，从而形成转介绍

从众多的竞争对手中脱颖而出

思维方式的分析

一切从客户的需求出发

帮他分析未来赚钱的方向

宏观经济

当前的国际国内宏观经济形势

《十四五规划和二零三五远景目标》的解读

十四五规划如何构建中国经济发展新格局？

行业研究

-
-
-



行业分析的基本方法

宏观背景下热点行业分析

内循环为核心的消费主线

应对人口老龄化对经济转型影响

科技创新提高全要素生产率

绿色经济促进新能源革命

根据客户的实际需求给出切实可行的解决方案

成为客户的朋友

多维思考力阐述

学会投资

投资在自己的形象上

投资在自己的头脑上

投资在自己的关系上

用心交流，深挖需求

例：发现大客户交谈中的小细节，成交订单

通过各类活动进入客户社交圈

客户的小型聚会

客户的社交活动

通过举办专场沙龙活动进入

活动目的

通过活动举办达成老客户的维护

通过活动举办达成一对多的新客户拓展

通过活动举办达成一对多的产品推介

活动主题

宏观经济方面

行研分析方面

企业财税方面

行内融资产品推广

-
-
-
-