

课程名称：《客户分层分级关系维护与拓展》

主讲：史慧 6-12 课时

课程背景：

中国财富管理行业处于一个非常有利的发展机遇时期，根据发达国家过去 200 年的发展经验，工业化完成之后，产业资本的初步积累完成，财富管理行业就会呈现爆发式增长，成为部分产业资本转型金融资本时的重要中介。

但纵观目前国内的私人银行与贵宾理财，高端客户经营困难重重，流失严重。如何才能更好地进行高端客户的人脉拓展、经营与维护？如何才能实现差异化的客户服务？如何才能让客户忠诚地与我（客户经理）、与我们（银行）在一起？如何才能让客户愿意为我们做转介绍？

本课程帮助学员了解富人的投资心理，掌握存量客户梳理与高端客户维护的方法；掌握高端客户人脉开发与经营的有效途径，提升学员差异化发展与服务客户的能力。

课程收益：

1. 学会业务目标的选择，制定营销计划与策略，开发属于自己的营销渠道
2. 学会需求客户分析方法，抓住客户的需求和特定，使成交最大化
3. 能够进行客户价值评估，并分层次进行客户关系维护
4. 能够运用客户关系维护进行二次开发、防止客户流失技巧

课程对象：银行理财/个人客户经理

授课方式：“433”引导介入法——40%课堂讲授引导+30%银行案例+30%行动计划制定与实战演练，将最佳实践与学员想法落地为行动计划，现场制定计划+角色扮演+课后落实。

课程大纲/要点：

一、 客户关系管理

1. 客户关系管理的内容
2. 客户分层分级关系维护与开拓方法
 - 1) 案例分析
3. 客户满意度的重要性

二、 有效客户关系管理的策略与措施

1. 客户市场细分与客户定位
2. 为客户提供有价值的金融服务与非金融服务
3. 加强客户关系与感情维系

4. 提高客户替换壁垒的有效方法

5. 做好客户抱怨异与议处理工作

1) 案例分析与情景演练

三、 银行价值客户的进阶营销策略

1. 基于客户生命周期的客户进阶经营策略

2. 客户需求分析与 KYC 问句设计

3. 潜在客户向上提升策略：临界客户、行外高价值客户、历史价值客户

及关联产品

4. 通过产品服务的客户上向转化：钩子产品、实物赠礼、服务介绍、活

动邀约等

5. 私行客户转介绍（MGM）实现拓展，案例分享

四、 高端价值客户防流失

1. 高端客户提供资产配置计划、资产检视等服务提高客户粘度

2. 如何通过产品到期维护、大额变动维护、尊享关怀服务等防止客户流

失

3. 针对超高净值客户与战略客户营销团队开展定期拜访、维护客户关系

