

课程名称：《客户开拓创新与客户维护》

主讲：杜晓婕老师

课程背景：

随着保险行业竞争的加剧，和期交保险销售的要求不断提高，传统以利益说明为主导的保险产品销售，越来越和客户的需求脱节，也带来很多续期交费和售后服务的问题。而单一的客户维护工作，也很难起到维护客户关系，进而开拓新单的作用。

本次课程针对以上的问题，提出了新的客户营销的模式和技巧，同时也提出了一些新型营销活动的形式和方法，希望能对大家有所帮助。

课程对象：商业银行理财经理、网点主管

课程大纲/要点：

第一部分：营销模式和技巧的创新

一、营销模式的创新源于客户需求

- 1、引言：何谓营销
 - 1) 4P 模式
 - 2) 全方位对客户需求的把握
 - 3) 营销的立足点是激发客户主动购买的欲望
- 2、互联网时代客户价值的变革
 - 1) 客户消费场景和习惯的变化
 - 2) 客户希望参与营销过程

3) 打造客户参与的场景与模式

3、金融产品的营销特点

1) 金融产品的销售难点（产品和客户）

2) 金融产品的特点（无形、不确定）

3) 金融产品营销的核心：客户和需求

二、正确认识客户关系经营

1、客户关系经营的本质：保持一定的触达率

2、客户关系经营始于信任

1) 如何打造理财经理的专业形象

2) 让客户走近银行（了解产品、了解服务）

3) 收集有效的客户信息

3、找到“接触点”

1) 通过简单产品打造“长期联系”

2) 通过系列服务维持长期互动

4、打造网点营销氛围

1) 改变客户的习惯（不是有需求才来）

2) 把网点打造成客户的客厅（提升人气）

3) 根据周边环境做应景的活动

第二部分：客户服务的创新

一、客户服务的几个目的

1、维持现有客户关系

2、开拓新的客户

3、提升现有客户价值

二、客户如何分类筛选

1、客户的分类标准

2、深入发掘分类客户的需求

1) 理财需求

2) 社交需求

3) 其他需求

3、解决转介绍的问题

1) 客户为什么不愿意转介绍

2) 如何克服转介绍的问题

3) 打造适合的转介绍场景

三、源于客户需求新型营销活动

1、 自媒体营销

1) 适合营销的自媒体形式

2) 建立属于你的人设

3) 如何抓住需求，制造话题，增强传播力

4) 如何把流量“变现”

2、 新型的沙龙活动

1) 针对客户需求策划沙龙主题和形式

2) 沙龙活动的目标是开拓和维护

3) 沙龙活动如何植入产品

3、 一对一拜访

1) 怎样的客户需要一对一拜访

2) 拜访的频次

3) 让你的客户“帮个忙”

4、 客户礼品的选择

1) 让你的礼与众不同

2) 赋予礼物特别的价值

3) 赠礼需要“仪式感”