

《对公客户经理综合素养提升》

主讲：贾鹏老师

第一部分：课程背景

在银行业竞争日趋激烈的今天，无论是产品还是服务同质化现象都越来越严重！我们的对公客户经理在拜访客户时或信心不足，或急于求成，这往往是在与客户沟通交流的过程中缺乏相应的商务社交技能和营销的技巧和艺术，因此难以获得客户的信任与认同，导致无法推进合作。如何外树品牌，内强素质，让对公业务的发展更快更强，是各家银行当下都极其重视的关键点。

贾鹏老师主讲的《对公客户经理综合素养提升》课程从营销、礼仪、专业等几方面着手，通过大量的真实案例，还原对公客户经理的典型工作情境，带领参训者通过现实工作中的全景实战模拟，让客户经理们看到自身的欠缺与不足，并以“输入高效营销技能，提炼营销优秀做法，输出落地行动计划”为核心线，助力对公客户经理们快速成长为独立又有能力的营

销高手。

第二部分：课程收益

- 建立客户经理“乐在工作”的职业心态，以积极的态度面对新的挑战；
- 全面打造客户经理的职业形象，提升其在客户眼中的专业化程度；
- 强化客户经理的业务能力、交际能力及沟通能力；
- 提升客户经理的营销技能，会问会说会挖掘。

第三部分：课程大纲

第一篇：现状篇--知己知己知现状

- 银行不是家，是一个商业交换的场所
- 企业不仅关注你做了什么，更关注你给它带来了什么
- 客户对银行对公业务的需求关键点
- 从对公营销 1.0 走向对公营销 3.0

第二篇：信念篇--对公营销秉承的八大信条

- 每一次的沟通行为都是一种营销行为；

(案例：决定权在谁手里？)

■ 说话往往不是在营销，不说话一定是在营销；

(根据客户的细微之处来判定他在想什么？)

■ 营销的目的是影响而非改变；

■ 营销中没有对与错，只有标准层级的差异；

(面对已然是“银行精”的客户，我们该咋办？)

■ 客户说的话都是他当下的最佳输出；

(案例：“银行精”们都经历了什么？)

■ 营销的唯一评价标准是客户的反馈；

■ 冲突的本质是价值观的矛盾、对立与统一的过程；

(案例：“迷信”的公司高管)

■ 说“鬼话”的客户。

(案例：快递包裹里的黑手机)

PS：上述每一条都会结合实际场景或案例讲解，并非理论式的鸡汤。

第三篇：身份篇--对公客户经理的身份定位与价值定位

- 对公客户经理的五大身份定位
- 对公客户经理须具备的四大价值定位
- 厅堂场景下的会面接待礼仪
- 对公拜访中的商务社交礼仪

PS：该章节会结合实际工作场景和真实案例进行讲

解与演练示范

第四篇：客户篇--获客六渠道及营销策略制定

- 精准获客的六个关键渠道

(独家版权的六大区划分图，增存三法)

- “稳准狠”识别客户特质的两个技巧
- 关键人物典型画像的四步法
- KYC 八问法步步接近客户
- 个性化营销策略制定的“两表三包”

(案例：某知名餐饮品牌与中信银行的完美牵手、某企业高管与某行的不二之选)

- 常见五大类企业拓客方法及对应产品方案

第五篇：实战篇--成功营销的三大关键技术

- 同步技术—三分钟内让客户对我产生兴趣的六种

方法

- 框架技术—八大框架让客户愿意与“我”深度接触与

交流

- 提炼技术—二种语言找到客户语言背后的信息

PS：每一个技术都会结合实际案例讲解，学员听得

懂，学得会，在现场演练中立马就能用。