

小微企业客户实战营销技能

培训目标：

- ◇ 明晰各行业小微企业资金运作规律，发现营销机会；
- ◇ 呈现产品对接客户需求，并且有效识别和控制风险。

培训对象：

银行小微客户经理

培训课时：

6小时

课程概要：

前言：小微客户经理的四项修炼

精产品、懂客户、善营销、通人脉

第一部分、如何找到合格的小微企业目标客户

1、小微企业客户开发六步法：

- ① 甄选目标客户 ② 接近客户 ③ 沟通并挖掘客户需求 ④ 风险识别与控制
- ⑤ 产品呈现 ⑥ 签约/贷后管理

2、如何甄选优质的目标客户

营销机会分析：区域市场调研分析方法---做营销就是用你的双脚丈量市场有多宽！

商业区、工业区、办公区、学校区、住宅区有哪些潜在小微企业客户？

3、深入了解生产型、商贸型、外贸型、服务型、科技型小微企业的资金运作规律。

4、讨论：不同行业客户什么时候会有存款沉淀？什么时候会有贷款需求？

第二部分、接近客户的细节和技巧

- 1、政府、协会、商会、担保公司
- 2、陌拜营销（进商圈、进园区、进专业市场、进写字楼）
- 3、批量营销（会议营销）
- 4、供应链营销（上下游）

第三部分、沟通并挖掘客户需求的细节和技巧

1、如何快速破冰

四步法开场白技巧：

自我介绍、消除戒备、引发兴趣、切入主题

2、沟通并发掘客户需求

与老板、财务人员的不同沟通重心

- 3、找到客户痛点的 GPN 提问技巧
- 4、放大客户痛点的 SPIN 提问技巧
- 5、实战模拟演练：客户访谈

第四部分、风险识别与评估的方法

- 1、小微企业信贷的主要风险
- 2、针对中小企业的贷前调查如何做？
硬指标 VS 软指标
必须坚持“眼见为实”、“入户调查”
- 3、如何控制风险
抵押、联保、担保公司担保、锁定物流/资金流、链接上下游大型企业信用……

第五部分、呈现产品与成交的细节和技巧

- 1、头脑风暴：本行小微企业产品的 USP
- 2、产品呈现的 FABE 法
- 3、产品与客户需求的对接技巧
- 4、贷后管理的重点