
狼性营销之一金融大客户销售技巧（标准版）

主讲：石华彬

【培训目的】

- ◆80%的业绩来源于20%的金融客户，那么您的业务员：
- ◆是否已经具备了管理好这20%的金融客户的技巧呢？
- ◆如何从与金融大客户初次接触的局外人到成为金融客户的长期合作伙伴？
- ◆在金融大客户的采购流程的正确阶段您将采取什么样的销售活动呢？
- ◆以上这些都是市场销售人员需要掌握的销售策略。

【课程价值】

本课程将帮助您和您的企业：

- 在金融大客户管理中的准确自我定位，明确扮演的角色；
- 学习整合公司资源，为金融客户创造更大价值，从而赢得金融大客户的方法；
- 能有效的对金融大客户进行管理并建立起良好的合作关系；
- 了解建立、完善金融大客户信息档案管理系统；
- 借助于科学的分析工具不断发掘金融大客户多样化、个性化的需求，从而提高其业绩贡献；
- 通过实战模拟、角色扮演、趣味游戏等方式，轻松掌握金融大客户开发的战略及技巧，帮助销售团队提高面对金融大客户的销售技巧；进一步提高销售管理水平，有效提升销售业绩。

【培训收益】

- 1、建立金融大客户营销的系统思维能力
- 2、围绕营销工作，梳理核心工作和销售流程
- 3、分析采购角色，做到知己知彼，推进销售进程
- 4、把握金融客户的心理状态，摸清他们的心理需求
- 5、采用SPIN技巧，避免价格异议，有效地影响金融客户
- 6、避免过度销售，减轻后期金融客户服务的压力

【解决问题】

- 1、发现商机三层慧眼法：让你的商机源源不断！
- 2、突破秘书看门人阻碍3妙法：让你轻松化解阻挡！
- 3、判断4种类型商机法：让你知道销售重点、时间、资源应该使在哪里！
- 4、全面介绍6金融大客户销售流程：让你明确目标、规范动作、避免失误！
- 5、接近约见金融客户时间价值法：帮你约见到任何想见的人！
- 6、快速提升关系4步阶梯法：轻松驾驭与金融客户沟通气氛！
- 7、判断亲近度5色眼镜法：让销售人员轻松判断金融客户对自己态度！
- 8、掌握3种寒暄闲聊法：让金融客户愿意与你交流！
- 9、提升亲近度关系让他人接受喜欢的3个神奇思路！
- 10、成为金融客户信任顾问的3道门法：让金融客户信任、尊敬、接受建议！

【适合对象】

- ◆重点金融客户经理、销售经理、市场经理
- ◆销售人员队伍的管理者
- ◆销售总监、分公司经理、区域经理

◆ 欲提升销售业绩和专业素质的销售人员

【适合方式】

研讨课、直观演示、案例教学、模拟练习

【课程内容】

第一讲 以金融客户为导向的营销策略

1. 分享：从“七国八制”到中华崛起
2. 影响金融客户采购的要素
3. 以产品为导向的营销模式
4. 以金融客户为导向的营销模式
5. 销售的四种力量
 - 5.1 介绍和宣传 – 满足“了解”要素
 - 5.2 挖掘和引导需求 – 满足“需要、值得”要素
 - 5.3 建立互信 – 满足“相信”要素
 - 5.4 超越期望 – 满足“满意”要素
6. 案例：福特 VS 戴尔

第二讲 金融大客户分析

1. 金融大客户\项目购买分析

问题：金融大客户\项目采购有什么规律？影响金融大客户\项目销售成功的关键因素是什么？

- 金融大客户组织结构和运行规则
- 金融大客户的分类
- 金融大客户的组织结构
- 金融大客户组织运行的七大潜规则
- 金融大客户内部的人事矛盾
- 金融大客户是怎样进行采购的
- 金融大客户购买的三种类型
- 金融大客户购买决策的基本流程
- 项目采购—销售流程
- 金融大客户采购报批作业模式
- 金融大客户\项目采购的关键人物
- 金融大客户购买特征

影响金融大客户购买的七大因素

金融大客户的预算机制

购买者的个性

金融大客户购买与个人购买的区别

2. 金融大客户\项目销售的市场定位

问题：如何科学地筛选金融客户，以便有的放矢，大幅度提升销售效率？

目标金融客户群的基本含义

锁定目标金融客户群的三要素

目标金融客户群的递进筛选

定位目标金融客户必问的八个问题

金融大客户\项目销售的五把“钥匙”

3. 金融大客户资料的收集

3.1 金融客户资料

3.2 竞争对手资料

3.3 项目资料

3.4 金融客户个人资料

4. 影响采购的六类金融客户

4.1 金融客户的三个层次与三个类别

4.2 讨论：在采购中，上述六类金融客户关心产品的哪些方面？你是如何理解销售以人为本的？

5. 制定项目干系人分析图

5.1 区分决策人、影响人、参与人

5.2 讨论：不同干系人的应对策略是什么？

5.3 案例：H公司针对某运营商短信网关项目制定的项目干系人分析图

实战演练1：制定金融客户拜访准备清单

实战演练2：制定金融客户拜访工具箱

6、三招四式搞定金融客户--金融客户的有效拜访与沟通

拜访的时机和对象

首次拜访的目的

建立信任的方法

沟通技巧:搜集信息并拉近距离

◆问—销售变被动为主动

- ◆听—获得信息拉近距离
- ◆说—光辉前景恐怖故事

查—参透四类性格机理

- ◆软化强势的“曹操”
- ◆激发内隐的“诸葛”
- ◆逼迫和蔼的“刘备”
- ◆扇动外化的“张飞”

演练：问、听、说的交流沟通技巧

实战演练 3：金融客户陌生拜访（小组 PK）

实战演练 4：应对四种不同性格的金融客户（小组 PK）

第三讲 挖掘需求与介绍宣传

1. 挖掘金融客户需求

1.1 金融客户需求的三个层次：表面需求、实际需求、深层需求

1.2 案例：小芳和小明分桔子的故事

1.3 满足金融客户需求的意义

1.4 如何满足金融大客户的需求

1.5 案例:UT 斯达康为什么实现爆炸式增长

1.6 创造需求—SPIN 顾问式销售策略

- ◆Situation -背景问题—随风潜入夜
- ◆Problem -难点问题—问题似大堆
- ◆Implication -隐含问题—暗示得与失
- ◆Need -示益问题—润物细无声

实战演练 5：有效挖掘金融客户需求

实战演练 6：制定金融大客户销售流程中金融客户个人需求挖掘与攻关策略

2. 介绍宣传产品

2.1 宣传介绍的三个关键

2.1.1 鉴别利益

2.1.2 了解金融客户心理

2.1.3 把产品特点转化为金融客户利益

2.1.4 呈现方式:善用 FABE 法则

- ◆F-特点：金融客户貌似喜欢特点
- ◆A-优点：金融客户天生敏感差异
- ◆B-利益：金融客户最终在乎利益

◆E-举例：更加希望现实佐证

2.2 基于金融客户需求的介绍流程

◆基于金融客户需求的介绍流程

◆案例：H公司是如何拿下非洲某国交换机招标合同的

实战演练 7：一句话有效介绍金融产品或方案

第四讲 建立互信与超越期望

1. 建立互信关系

1.1 案例：对采购主管的调查

1.2 分享：李嘉诚的经商原则

1.3 互信关系的四种类型

1.4 两手抓，两手都要硬

1.5 建立互信关系的原则

1.6 案例：一个新销售代表的眼泪与订单

1.7 案例：一杯酒换 1000 线交换机订单的故事

2. 超越金融客户期望

2.1 分享：老金融客户与新金融客户的营销费用比较

2.1 分享：金融客户管理的 1 - 8 - 15 法则与 1 - 15 - 15 法则

2.3 案例：H公司技术开发人员为什么要去做售后服务？

2.4 超越期望的工作方法

2.5 超越期望四大原则

实战演练 8：金融客户常见三类异议有效应对

第五讲 针对采购流程的六步销售法

1. 案例：H公司的 2300 万元通信电源订单是如何取得的

2. 采购流程（确定需求—制定计划—制定标书—招标议标—签订合同—付款验收）

3. 针对采购流程的六步销售法流程（得到需求—取得计划—进入选型—取得标书—竞标谈判—交货收款）

实战演练 9：制定金融大客户销售标准流程、分阶段晋级评估标准

实战演练 10：制定金融大客户销售流程中分阶段攻关重点及攻关策略

第六讲 谈判技巧

1、开局策略：前期布局

* 开价策略、惊讶策略、不愿策略

* 还价策略、集中精力、钳子策略

* 案例：谈判进入僵持，互不相让，接下来……？

2、中期策略：守住优势

* 请求领导、避免敌对、服务贬值

* 折中策略、抛球策略、礼尚往来

3、后期策略：赢得忠诚

* 黑脸白脸、蚕食策略、让步策略

* 反悔策略、小恩小惠、草拟合同

4、价格谈判

对方想要更多的条件

首先：防止只谈价格

其次：探对方的底线

然后：使用交换筹码

总结：五次价格攻势

5、十把成交利剑

实战演练 11：制定金融大客户销售谈判准备工具箱

实战演练 12：每人任选三种成交方法，演练成交

第七讲 金融客户关系维护（巩固保卫胜利果实，提升金融客户忠诚度 10 道密码）

凝结金融客户关系：金钱之外有方法

金融客户关系管理要义及其 18 个内涵

伴随深度营销实施金融客户关系管理

破解提升金融客户忠诚度的 10 道密码

实战演练 13：制定客情维系与金融客户关系维护计划

***注明：练习、游戏、讨论贯穿全部课程**