

# 步步为赢-新入职客户经理全流程营销技巧提升

主讲：黄永欢

## 一、银行客户经理营销面临的现状

- (1) 银行“营销突围”势在必行
- (2) 转变观念，差异化营销—找准切入点，与众不同
- (3) 银行转型期对客户经理的角色要求
- (4) 客户经理心态，好心态出好业绩：主动营销-走出舒适区

## 二、银行客户的分类与市场开拓

### (一) 银行客户的有效识别

1. 客户分类
2. 识别不同客户的特征
3. 不同类型的客户对需求的差异性
- 4 拟定销售计划的“5W1H”

### (二) 银行客户的市场开拓

1. 提升银行销售业绩的唯一三大途径（终极秘诀）
  - 1) 提高准客户数量
  - 2) 陌生市场开发、存量客户维护
  - 3) 提高成交额
2. 银行客户营销需要解决的五个问题
  - 1) 他是谁？
  - 2) 他在哪？
  - 3) 我的哪一款产品适合他？
  - 4) 怎么找到他？
  - 5) 怎么让他喜欢我？
3. 寻找目标客户的方法解析
  - 1) 客户细分找到目标客户
  - 2) 拓展熟悉人群
  - 3) 拓展同缘人群

讨论：在你的营销范围内，你用的拓客方式有哪些？

#### 4. 获取客户的 N 种方法

□讨论：高端客户的一天是怎么分配的，他们会出现在什么样的场合

□拒绝陌生电话了！客户一天可能会受到 10 个左右的低端服务电话！

□做财富管理和私人银行难道只是为银行上班吗？除了正常在银行的工作时间以外，财富管理顾问如何分配自己的业务时间。

□企业家联合会？

□工商联？

□会展？

□EMBA 课堂？

□权力营销：企业家最怕工商，税务，公安人员

□如何利用政府部门服务企业家的机会渗透到企业家

□专业机构的转介绍

□律师事务所需要银行的大客户提供法律顾问服务，我们来换他们的客户

□会计师事务所需要财务顾问，资产评估服务

□讨论 4S 店车行还行吗？

□QQ 也能获取高端客户

□组织一场财富管理沙龙吧

□如何挑选有吸引力的选题

□确定合适的主讲人

□不要老邀请老客户，学会以老带新！

□现场气氛的调节和互动

□不要一味的卖产品，学会制造需求

□跟进，跟进再跟进

□不要让热乎乎地销售线索迅速冷却！

□挖掘新需求！

### 三、挖掘需求，深度探寻

#### 1. 建立信任是前提

## 2.需求的本质：马斯洛需求层次理论

- 1) 客户需求的动机都具有层次性
- 2) 需求是需要问出来的
- 3.挖掘需求并转化需求是根本
  - 1) SPIN 销售探寻需求法
  - 2) 销售专业提问三步骤（简单--引导--删选）
  - 3) 用 SPIN 法来定位需求和扩大需求（问现状、问题、方案）

探讨：银行产品的需求定位分析—从实际出发

## 四、产品呈现与推荐技巧

### （一）销售开场白：好的开场是成功的一半

1. 开场白的目的和方法
2. 开场白的常见误区
  - 1) 不要试图在开场白中就达成交易
  - 2) 为什么开场白总是充满了推销味道？
3. 开场白训练—如何让客户有兴趣听下去

小组演练：不同银行类产品的开场白设计

### （二）方案演示，令人心动

1. 体验营销，为服务和产品增加胜算
  - 1) 让客户全方位感知
  - 2) 找准客户核心诉求，为产品和需求匹配
2. 展示解决方案/产品，亮出核心价值
  - 1) 核心价值提炼—我能解决什么问题
  - 2) 展示核心价值注意事项
3. FABE 产品介绍法则
  - 1) FABE：特征、优势、利益、证据
  - 2) 讨论：银行现有产品卖点的重新提炼

互动：现场用 FABE 策略卖银行主打产品

## 五、异议处理，合情合理

- 1.客户天性---拒绝
- 2.客户抗拒原因分类：
- 3.专业处理反对意见的方法：
  - 1) LSCP 销售处理异议：倾听/理解/事实/方案
  - 2) 处理话术

## 六、促成：敢于成交，不卑不亢

- 1.洞察成交时机，要有引导力
  - 2.成交话术修正  
花钱—投资，签字—确认，感谢—恭喜
  - 3.常见的逼单方法
    - 1) 假设成交
    - 2) 合同订单成交
    - 3) 幽默成交……
- 案例讨论：判断客户异议的真实性和成交的可能性

## 七、售后服务与客情关系建立

1. 完善准备，主动出击
    - 1) 资料的收集：己方产品资料，客户资料，竞争对手资料
    - 2) 情绪的调整：情绪影响销售结果
    - 3) 让自己职业：
    - 4) 售后开场话题：1) 电话拜访客户，2) 实际登门拜访客户
- 演练：不同情境模拟开场，训练银行客户经理的售后联系技能
2. 建立长期动态联系机制
    - 1) 运用新工具：微信、QQ、手机
    - 2) 注意要点

## 八、银行客户经理的营销沟通与说服能力提升

- (一) 沟通不畅归因分析
  - 1.与客户沟通失败常见原因分析
  2. 与客户沟通不畅的主观因素和客观因素
- (二) 销售高手沟通的五字真经

1.看 2.听 3.问 4.笑 5.说

互动：练习双向沟通、银行产品设计封闭式提问问句

### (三) 银行客户经理高效沟通的步骤与技巧

- 记住：千万级的客户已经厌倦了保险和银行大堂经理喋喋不休的产品推销，和大多数一般客户不同，他们自己就是从营销做起，他们一直都在探索怎么营销他们自己的客户！
- 没有价值的沟通，只能让他们去寻找别的财富管理顾问
- 什么样的客户需要邀约了？
  - 参加过行内活动但不是现有客户的
  - 转介绍过来的客户
  - 老客户很久没来了
- 学会邀请你认识的客户来财富管理中心
  - 介绍自己的一句话！
  - 降低他的警惕性和烦躁心理
  - 来近距离
  - 制造见面的欲望
  - 敲定时间
- 客户就是没有需求，看你的了！看看 SPIN 的需求挖掘流程是否惯用
  - Situation：和客户聊聊近况 确定你可能提供的方向
    - ◆ 企业家客户
      - 上下游如何？安排客户联谊会介绍关系
      - 国家的政策：判断客户的投资偏好
      - 企业经营管理：也许可以安排大学 EDP 项目增值服务
      - 身体状况：体检 健身等拉近距离的个人友情
    - ◆ 阔太太
      - 子女教育：暗示外汇服务
      - 个人的其他爱好：为转介绍她的闺房好友做好准备！
  - Problem：聊聊客户当前遇到的困难 验证这个方向是否正确
  - Implication：暗示你可能帮助客户解决那些财富管理方面的问题
  - Need-satisfied：需求满足了
    - ◆ 投资组合
    - ◆ 具体的投资工具
    - ◆ 非金融类的增值性服务
  - 不要惧怕客户在你做金融需求分析过程中的不同意见，说明他/她在认真思考你说的对不对
    - ◆ 倾听 认同 回答，确认他/她的每一个担忧
  - 现场的角色扮演