

公司客户战略营销技巧经典课程 2 天

课程目的：公司客户一般来说项目较大、需求较多、利润较高，因此各家金融企业围绕公司客户营销的竞争十分激烈。本课程针对金融企业的公司客户（或机构客户）营销人员量身定做，通过一整套系统、完整、专业、实战的销售专业化流程训练，帮助学员树立以客户为中心的营销和服务理念，迅速掌握实用的营销技巧，这些技巧具有**简单实用、容易复制、一学就会、不需要动用大量额外资源**的特点，能够有效帮助学员提升开发和维护公司客户的水平和营销业绩，并因此直接提升金融企业的营销服务能力和客户忠诚度，为企业创造最大价值。

适合对象：银行公司业务销售人员，各金融企业机构销售部、股票销售交易部、债券部、资产管理部及其它公司客户营销人员

课程提纲（2天12小时每期不超过50人，将根据具体培训需求优化）

第一单元 公司客户之战略营销

——如何建立全局观念进行公司客户战略营销

讨论：公司客户销售人员该拥有的成功特质？

销售人员成功金字塔

公司客户销售人员的四种自我定位

公司客户战略营销的定义和特点

讨论：我们的优质客户是谁？

他们在哪里？

他们认同的价值是什么？

80/20 策略带来的启示

- 1、如何保有现有优质客户及开发深度客户关系
- 2、主动进攻新增目标市场客群

公司客户开发实战案例分享

第二单元 公司客户之市场开拓

——公司客户参与决策的人员较多，如何找对人找对时机进行营销

销售计划达成关键

公司客户开拓的完整流程

征服群山百岳前的准备

案例分析：如何面对竞争对手的压力和挑战

公司客户营销的两个原则和四个技巧

公司客户组织结构与决策链分析

公司客户关键角色的寻找和布局

讨论：如何在公司客户内部寻找内线和教练？

讨论：拜访客户时你留下了什么？带走了什么？

建立超越对手的八大客户档案

如何跟客户迅速建立信任关系

如何对客户的需求一网打尽

如何体现我们销售人员的价值

第三单元 公司客户之需求挖掘

——深度挖掘公司客户理财需求及痛点，将我们的基金产

第四单元 公司客户之客户分析

——客户性格不同，沟通方式也不同，如何应对不同类型的客户快速赢得客户认同和信任

性格类型心理概述

了解性格分析与研究发展历史

现场测试：个人性格问卷表

高手看别人看不见的地方

公司客户内部关键角色性格分析

掌握四种性格的综合特质、人际关系、共同才能

激励因子、行事风格、价值最高、沟通策略

案例分析：不同客户性格应对实战案例分享

第五单元 公司客户之解决问题

——客户有问题，我们就要有解决方案。只有通过沟通和谈判解决了客户的疑问，才有成交的可能

如何面对客户拒绝和销售恐惧

客户问题的源头

客户问题的三种类型

解决客户问题的步骤

解决问题的策略和程序

如何处理客户问题实战演练

学习百分百处理异议之太极行销

实战演练：有效处理公司客户异议

第六单元 公司客户之关系管理

——通过有效的客户关系管理和服务，维护好公司客户，留住企业利润的支柱

留住公司客户的两大重要理念

优质客户服务让客户满意

客户关系管理让客户忠诚

何为优质的服务

服务是销售的延续

公司客户优质服务的方法系列展示

品跟客户的需求对接

推销、销售和营销的区别

公司客户开发的两大武器

公司客户的三种不同分类

三种不同类型客户的沟通销售策略

讨论：我们的标准是什么？

挖掘客户需求的方法和步骤

需求挖掘中的三阶沟通法

实战演练：公司客户开发案例

何为客户关系管理

客户关系管理对客户忠诚度的影响

客户关系管理的有效策略和方法

五星级的附加价值提升客户的忠诚度

创造客户的终身价值防止流失

与客户保持长期联系的八大方法

销售人员的活动量管理

提升专业营销素质，赢向未来！

已提供内部培训服务的银行：北京银行 8 期、长安银行、大连银行 4 期、海峡银行 3 期、广州农商银行 5 期、恒丰银行、华夏银行 4 期、徽商银行 2 期、汇丰银行、交通银行 4 期、平安银行 15 期、泉州银行、日照银行 3 期、上海浦东发展银行 11 期、兴业银行 44 期、厦门国际银行珠海分行 4 期、厦门银行、渣打银行、**招商银行 385 期**、中国光大银行 17 期、中国民生银行 12 期、中国建设银行 12 期、中国工商银行 47 期、中国农业银行 21 期、中国银行 20 期、中国邮储银行 3 期、中信银行 21 期、浙商银行等 30 家银行。
