

理财顾问的服务营销技能提升课程 2 天

课程目的：理财顾问一方面要开发客户，一方面又要服务好现有客户，销售能力、服务能力、专业能力缺一不可，本课程针对理财顾问服务营销能力提升需求定制，通过导入专业客户服务观念，辅导学员如何约访客户、如何与客户有效沟通、如何挖掘客户需求、如何与客户建立信任、如何介绍产品、如何应对客户的异议或拒绝、如何针对不同客户层级和群体进行差异化的精细服务，帮助学员树立以客户为中心的服务营销理念、提升开发和维护客户的水平和绩效，并因此提升金融企业的服务营销能力和客户忠诚度，为金融企业创造最大价值。

适合对象：金融机构理财顾问、投资顾问，需要兼具客户开发和维护职能的客服或销售人员

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定制或优化提纲）

第一单元 专业客户服务观念导入

讨论：何谓优质客户服务？

21 世纪市场竞争的致胜关键
一家优秀的银行如何用服务创造价值
理财顾问服务转型思考
客户认同的核心价值是什么？
如何通过服务提升客户的认同感
建立团队协作服务营销观念
一流银行服务超越期待

第二单元 服务营销中信任的建立

讨论：如何与客户建立信任关系？

服务的开始，就是建立信任
信任建立的五大关键
信任最大的敌人是时间
信任建立过程中的几个雷区
信任推进的脉络关系是如何建立的？
寻找销售中的标杆
理财顾问的服务方式和策略

第三单元 有效的电话沟通技巧

讨论：电话作为沟通服务工具的核心优势？

一、理财顾问运用电话服务的重要性

理财顾问电话服务的主要类型分析
电话销售中的六种沟通技巧
电话沟通要素
声音也有表情：提升在电话中的声音感染力

二、解读客户

客户消费行为的六大步骤分析
客户在想什么？怕什么？要什么？

三、电话沟通与邀约

电话理想开场白必备要件
电话开场的技巧---建立和谐气氛三步骤
邀约客户的电话流程：1、不熟悉客户；
2、熟悉客户；

电话邀约实战演练

第四单元 专业沟通和创造价值

销售中的三种客户分类
区分三种客户类型
三种不同类型客户的沟通策略
需求沟通中的三阶沟通法
如何运用 CRM 分析客户投资特性
如何通过专业沟通深度把握客户需求进行全业务链营销？
价值塑造四要素
交叉销售思考

***实战演练：VIP 客户开发案例**

第五单元 如何应对异议和投诉抱怨

客户异议产生的原因
如何引导、处理异议并取得客户的承诺
客户抱怨投诉的原因分析
如何应对客户销户或转户的想法？
客户投诉处理原则
有效处理客户抱怨的天龙八部

第六单元 服务营销与客户关系管理

讨论：你最忠诚的 3 个客户是谁？有什么共同特征？

<p>以客户为导向还是客户需求为导向？ 如何提升客户满意度：客户体验值和期望值管理</p>	<p>客户忠诚度对于竞争的影响 深度服务营销的重要观念 何为客户关系管理 客户关系管理的六大理念 营销人员如何展现专业的同时显现服务差异化？ 建立真正的客户忠诚 销售和服务活动量管理 祝大家赢向未来！</p>
---	--
