

## 《银保狙击手—银行保险对公客户经理营销技巧提升》

帮助银行保险客户经理优化谈单路径提升销售业绩、打造敢打必胜的销售铁军！

主讲：孟华林老师

### 【课程背景】

你最该培训的是销售人员，因为他们要么给你赚取要么在帮你亏钱！

客户开发问题

- 1) 销售人员，不会、不愿、不懂自主开发客户……
- 2) 公司花大价钱获取的客户，销售人员搞不定，即使搞定了也是亏本赚吆喝……
- 3) 公司业务路径不清晰，获客成本巨大，销售团队忙、盲、茫，没结果更没效率……

…

客户成交问题

- 4) 销售不懂抓开场白、不懂挖需求、不懂谈方案、不懂要承诺，抓挖谈要能力差……

…

- 5) 销售无法获取信任，总是拿着假异议就开跑，追求话术技巧毫无作用……
- 6) 销售不懂跟单客户总说考虑考虑，跟着跟着就躲起来，销售人员毫无办法……
- 7) 面对客户以价压价、持续砍价，销售人员只能一味妥协让步，完全没利润……

团队状态问题

- 8) 销售做法就是个推销机器，强硬推销得罪客户伤害品牌，销售人员流失率大……
- 9) 传帮带经验主义失效，内部缺乏系统完善的销售方法论，业绩持续不稳定……
- 10) 销售路径不清晰，业务员在“撞单”而不是“做单”，做业绩全靠碰运气……
- 11) 拿底薪成为习惯，不愿定目标或目标完不成已成为常态，对目标讨价还价……

### 【课程收益】

你收获的不只是一场培训，更是一次内部狙击手销售方法论的落地。

- 销售人员态度、行为、技巧 3 维 1 体全面蜕变成为敢打必胜的销售铁军团队。
- 咨询式诊断现场掌握 1 套漏斗式的销售作战地图，持续建盘复盘优化业务路径
- 掌握 1 套特种兵级别的“狙击手销售方法论”，让销售顺人性有士气更有武器。
- 现场训练销冠的 8 大能力，落地销冠军令状、对赌 PK、团队 PK 激励机制。
- 开发：掌握获客 8 大杀招，高情商的建立信任缔结关系的去做抓潜与培育。
- 识客：根据线上询盘特点针对识别课后，掌握各国客户性格动机、决策预算。
- 挖痛：敢于事先约定勇于装傻提问，掌握痛点挖掘 4 步曲流程工具。
- 塑造：打破客户固有选购观念，塑造紧迫感，与客户共创价值方案推进成交。
- 铺垫：开场即决生死，决胜刀鞘之内，提前铺垫客户 12 类疑虑管理客户担忧。
- 成交：不做反人性的逼单套路，让客户主动信任你选择你，主动促成交易。
- 后售：让客户不仅找你买多次，还会努力帮你一起卖，介绍更多人来更你买。

## 【课程特色】

本课程系银行、保险、贷款销售方法论课程，适用于客户经理日营销技能提升课程；包含销售策略、销售话术、销售沟通技巧、客户管理为一体。

孟华林老师的培训绝非侃侃而谈的经验之说而是有系统方法论支撑，课程采用训战一体，透过体验式让学员自我觉察，销售场景视频持续内化，话术工具策略讲解完全落地，实战销售问题现场答疑嗨爆全场，团队板块更是激励震撼心灵泪撒全场，同时孟老师也号称培训界的段子手，金句频出让学员听得有味、听得有料、听得更有劲、笑声不断，在快乐中学习，在互动中成长！

## 【课程对象】

投资顾问、理财经理、财富管理顾问、金融业人员、证券客户经理、基金客户经理、私募基金从业人员。

## 【课程时间】

1-2天（6小时/天）

## 【课程大纲】

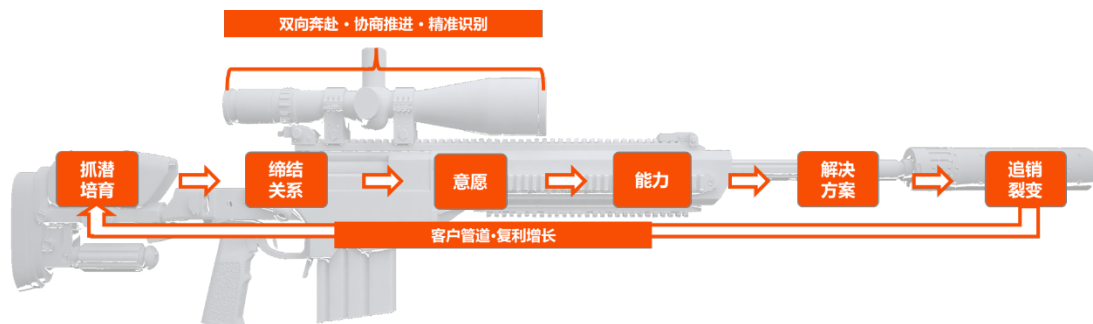
### 上帝视角看销售

**单元一：销冠的真相：**帮助销售人员梳理在销售过程中常遇到的问题挑战。

- 银保销售中常见的 10 项“挑战”
- 厘清“挑战”的影响、分析“挑战”背后的原因
- 双向奔赴、彼此识别、精准命中的三大顶层销售逻辑

**单元二：系统销售的力量** 理解银保客户的购买心理，他们对付销售人员的“策略”，背后的原因，以及应对之道。在了解客户购买策略的基础上，重新审视以往销售行为。

- 传统银保销售的 4 个阶段及弊端、客户应对的 4 个阶段性策略
- 销售与客户之间的周旋和博弈
- 重新审视：销售挑战背后的原因
- 避免头疼医头，脚疼医脚的银保狙击手销售方法论 6 步签单



### 狙击手销售法 6 步签单系统

狙击手第一步、抓潜培育：精准开发客户，有效抓潜培育缔结关系让客户离不开你？

- 客户分群经营方法 例：六大金融/保险需求主要客群素描。
- 无压力客户开发漏斗模型：抓潜保持、培育获得、转化拓展、追销裂变
- 无压力客户开发，电销、陌拜、转介绍、网点接待销售话术沟通密码
- 银保客户社群培育系统，银保“客流”发展的 4 个阶段、培育工具一微一抖一社群。

- 两大卖点分析工具找准卖点，独特性塑造，现场共创 1 分钟广告时间

工具落地作业练习：客户管理表、1 分钟广告设计（电销+沙龙+地推+陌拜+网点接待）

**狙击手第二步、缔结关系：**学习基于心理学的沟通方法，迅速打破客户的戒备心理，获得信任，并在销售过程中持续增强客户关系的策略。学会在销售过程中掌握主动权，并巧妙应对销售过程中客户的“拖延”和“含糊”，管理客户的期待，事先解除“成交隐患”。

- 金融营销拒绝的根源——客户心理对我们不信任：掌握银保销售的信任公式
- 识别比成交更重要，有效识别客户的类型、动机、行为
- 逆境销售三板斧：情绪安抚、协商推进、撞球理论
- 为什么要“协商”、“协商”的 6 种应用场景
- 首谈首签高效协商 5 大要素与 4 大步骤

工具落地作业练习：构建属于你的“逆境销售三板斧”脚本

**狙击手第三步、意愿：**掌握客户的痛点与需求，没有意愿就没有销售，通过学习提问策略和技巧，并探寻客户的真正需求，帮助销售人员从传统的“产品式销售”转变为“咨询式销售”。

- 培养客户的选择意愿与满足客户的选择意愿
- 如何通过意愿探测器掌握客户的痛、欲望、标准来甄别客户的选择意愿
- 反向提问策略：使用反向提问的 4 种情境；怀柔话术
- 摆球理论：消极反向提问在 3 种情境运用；反对型、中立型、顺从型听众客户的回应

- 掌握“意愿”的 3 个维度与漏斗与“意愿探测器”5 个核心问题

工具落地作业练习：欲望探测器的设计与模拟

【实战演练】：对银保产品有偏见的客户如何做需求探寻

**狙击手第四步、能力：**掌握客户的资质能力与决策能力，准确了解客户愿意及能够为产品所投入的预算，从而有助于销售人员迅速甄别客户决策能力及提供合适的解决方案。

- 关于预算的 2 个核心点与“钱”背后的深层问题
- 预算的 3 大情境及应对策略；挖掘预算的 5 种策略
- 设计出专业且大牌感十足的报价单设计
- 应对客户砍价的各类场景话术策略应用

■ 明晰客户决策流程 5W1H 应用要素

■ 明晰客户决策流程的方法

■ 组织权力决策地图

■ 见到最终拍板人的策略

【案例分析】：客户主动需求的陷阱

【讨论】：如何识别客户对具体理财产品的评估能力

**狙击手第五步、解决方案：针对客户的欲望，预算及决策流程做针对性的产品价值展示。**

■ 价值标准的指纹锁理论

■ 理财业务/贷款业务的产品价值展示的 4 要素

■ 理财业务/贷款业务的产品价值展示的结构及流程

■ 终极协商；价值展示成交推进器

【话术示例】：银保方案一句话呈现话术

【讨论】：我该如何呈现产品？

**狙击手第六步、追销裂变：防止客户反悔，确保订单落实，转介绍裂变更多优质客户**

■ 防止反悔 3 要素

■ 防止竞争对手的反击

■ 客户裂变缔结关系的方法策略

■ 客情维护与服务追销、裂变策略应用

■ 激活沉睡.老客户有效分级管理

■ 成交的态度、速度、力度应用技术

【案例分析】：意见领袖张总带给我的惊喜：输在当下赢在未来

【讨论】：我该如何种下摇钱树。

### 狙击手销售法管理落地篇

#### 模块一：建立增长杠杆

■ 抓住本质，做正确、有复利的事情

■ 市场现状:红利消失，资源不足，如何增长？

■ 认知升级:找到不同阶段的增长动力点

■ 增长模型:掌握增长的支点、杠杆、筹码

#### 模块二：做透业务内核

■ 不能落地到最后 1 米，都是瞎忽悠

■ 精细化:落地到最后 1 米怎么做

■ 系统性:告别头痛医头、脚痛医脚，建立“新系统”

■ 人性化:让客户舒服、让员工也舒服

#### 模块三：销售/团队复制

