



## 《银行大客户营销策略与管理》

### 【课程背景】

银行竞争日益惨烈的今天，“二八法则”成为银行拓展高利润客户的共识，高利润客户的争夺致使高利润客户的市场竞争异常激烈。在这样的形势下，倒逼银行销售人员挖掘潜力，革新机制，通过各种措施吸引、占有、维系高利润客户，获得更好业绩增长。

在高利润客户开拓管理的过程，银行营销人员难免遇到种种阻碍，致使开拓客户的节奏不断放缓，最后不了了之！那么为什么不少银行销售人员在开拓高利润客户时，时常感到“盲、茫、忙”？面对纷繁复杂的“忙碌、盲目、茫然”，销售人员需要具备什么样的职业心态与方法技巧？销售人员如何寻找筛选潜在客户？销售初期销售人员拜访需要哪些方面的准备？销售开场如何说？如何与客户高效沟通才能够吸引住客户的兴趣？吸引住顾客兴趣后，如何用有效的提问才能找到客户的需求点，找到销售引爆点？

销售中期客户在购买决策过程中，一旦回到理性思考阶段，大量的购买异议产生：“价格太高，暂时不需要，考虑考虑”等等，客户异议背后潜伏着什么样的购买心理，此时如何做方能有效化解客户的异议，影响客户？

销售后期，促单成交的时机及有效方法，时机太早太迟都可能贻误时机，如何促单成交？面对成交后的客户，如何充分利用客户资源管理，让客户成为忠诚客户？

### 【课程收益】

- 掌握开发大客户的策略
- 掌握大客户营销完整流程
- 建立积极的职业销售心态
- 正确评估大客户金融消费行为心理

- 了解大客户关系维护管理的关键
- 提升并掌握银行的客户关系管理能力
- **【培训对象】**  
银行客户经理、理财经理等营销人员
- **【培训形式】**  
讲授、研讨互动、视频启发、案例教学、现场演练;
- **【培训时间】**  
(共 6 小时)
- **【课程大纲】**

导言：

营销四阶段与银行大客户营销的关联

有、优、诱、友

透过现象看本质解决大客户营销中销售人员“盲、茫、忙”

## 第一部分：大客户营销解析

### 1、精准定位明确角色

- A、明确角色—客户经理自我画像
- B、精准定位—大客户目标之她是谁？

### 2、大客户购买行为分析

### 3、银行营销现状与突围

- A、银行营销陷入包围圈
- B、突围四把刀—产品、营销、服务、人员

## 第二分：大客户营销实战流程技巧

### 1、计划准备

- A、大客户资料收集及不同类型大客户金融需求分析（对公业务大客户、零售业务大客户）
- B、大客户营销之天网、地网、人网的高效结合
- C、话术准备及电话预约技巧
- D、大客户需求初评估
- E、大客户漏斗筛选之分层分级管理
- F、确认预约跟进的 731 法则
- G、客户经理自我准备—心态、形象、物料、人员、产品、目标、电话话术

### 2、打破陌生

- A、开场 30 秒对大客户营销的重要性
- B、打破陌生说什么？怎么说？
- C、开场白的设计技巧
- D、无身份不如有的身份

### 3、寒暄赞美

- A、挖掘需求高效沟通的五字真经

- B、寒暄赞美套近乎要注意的事项
- C、——SPIN 技法的高效运用
- D、高效倾听与“那然后呢”的关键联系
- E、客户识别方法

#### **4、产品介绍**

- A、客户现状与问题分析
- B、产品的 FABE 解决方案呈现
- C、客户未来问题解决展现

**演练：产品 FABE 设计及呈现技巧**

#### **5、异议处理**

- A、异议处理的不同方式方法技巧
- B、巧妙异议处理的经典模式
- C、异议处理背后真实本质分析

**演练：客户开拓整体流程演练**

#### **6、促成**

- A、大客户要主动激励
- B、关注大客户利益
- C、给客户满足感与匹配度
- D、让客户参与体验

### **第三部分：大客户关系维系及管理**

#### **1、客情关系维系方式方法**

- A、客情关系维系的两个原则与两个角色
- B、不同类型客户维系的技巧原则
- C、后续服务跟进解决高利润客户黏度

#### **2、大客户开发团队的建立**

#### **3、大客户营销常态化制度的建立**

