

《大客户营销管理》课纲

课程背景

提升大客户营销的业务技能，结合所学整理出自己使用的营销管理方法。学员们在通过专业讲解、[图表](#)分析之后，经过实战演练、角色扮演等方从实际出发，将所学和实际相结合，整理出一套系统，完整的大客户营销管理方法

课程目标

- 掌握开发大客户的策略
- 把握客户行业分析方法
- 正确评估客户心理和需求
- 了解[大客户关系](#)管理的关键
- 学习专业的[大客户营销](#)和流程管理技巧
- 通过实际案例的分析、讲解，帮助客户经理能够准确了解针对大客户营销的策略及在主要行业实际应用案例，如能源、电子、通讯等行业案例。

课程时长

一天

课程大纲

第一讲：集团客户开发与管理

1、集团化大客户的金融特征

- ✓ 规模化、多元化的经营趋势

- ✓ 个性化金融服务需求的趋势
- ✓ 融资渠道宽口，议价能力较高
- ✓ 风险因素集聚、监控防范难度大，且风险与破坏性加大

2、集团客户的运营特征----多元业务并行，业务属性复杂

3、开发集团化大客户的关键策略

- ✓ 准备的金融定位
- ✓ 投融资中心需求
- ✓ 资金管理中心需求
- ✓ 战略协同中心需求

案例：供应链金融“1+N”营销模式，锁定核心企业及交易对手

第二讲：大客户营销的关键节点

1.银行营销中“关系+产品”的要领

2.用利益来驱动利益

3.构建有效渠道，将营销中的零售变为批发

4.用专业建立你的金融权威

5.你的选择？----紧紧追随，还是引领行业？

第三讲：深挖客户金融需求、积极成交

1.挖掘客户深度金融需求

- ✓ 金融营销中如何确定问题
- ✓ 运用关键节点的提问
- ✓ 说服技术在沟通中的运用
- ✓ 带来销售革命的 SPIN
- ✓ 塑造价值、制造集体渴望

2.显示能力----产品竞争优势分析

- ✓ 产品特点、优点、好处
- ✓ FAB-E 分析
- ✓ 产品卖点提炼
- ✓ 如何做产品竞争优势分析

3.客户销售中的谈判技巧

- ✓ 如何创造双赢？
- ✓ 如何主导谈判？如何造势？
- ✓ 如何报价？
- ✓ 谈判环境营造的学问

✓ N种实用谈判策略

✓ 谈判中的人际关系把握

第四单元：客户关系管理及关系维护

1.对客户关系管理的基础认知

✓ 客户等级的分类

✓ 客户关系管理结构

✓ 客户关系管理的工作步骤

✓ 丰富客户信息管理应加入的指标

✓ 强化客户信息管理的深度

✓ 常用人性化的客户服务及关系维护

2.系统认识客户关系管理

✓ 客户关系管理原则

✓ 客户关系管理专家的四大特征

✓ 银行在客户关系管理工作中常现的失误

3.不断提高客户转移成本

第五节：银行营销的现代金融与资本牵引

1、引爆银行业务的革命，从中间商走向多元化角色

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">2、颠覆传统业务，构建行业创新制高点，获取巨额利润3、企业运营与现代金融对接4、“同业金融”开创的多元化融资模式（如：企业债、信托理财）5、商业银行现行投资银行 IPO 业务与企业财富管理的对接6、用“资本”牵引营销，创新思维领跑行业。 |
|--|--|