

《存量客户的高效激活与价值挖掘策略》

—— 唤醒“沉睡资产”的价值革命

主讲：常奕

【课程背景】

作为银行客户经理、理财经理或网点负责人，您是否正面临以下典型困境：

- 客户数量不少，但大量处于“沉默”或“睡眠”状态，不来、不买、不转介？
- 维护客户全靠感觉，不知道哪些客户最有潜力，精力分散，事倍功半？
- 与客户联系总是“尬聊”或直接推销，关系不深，信任不足，一提产品就冷场？
- 客户资产分散在各家银行，本行份额占比低，却不知如何切入提升？
- 习惯了服务“开口型”客户，对于“沉默的大多数”缺乏一套系统化的激活打法？

本课程直面银行“存量时代”的核心命题，常奕老师凭借 **20** 年银行专业经验，摒弃广撒网式营销。课程将提供一套从“客户识别”到“精准激活”再到“深度挖掘”的系统性策略与可复制工具，帮助你将存量客户数据盘活为业绩增长的新引擎，实现客户价值与银行利润的双重提升。

【课程收益】

树立存量深耕新认知：理解客户生命周期价值（CLV），从“管理资产”转向“经营客户关系”。

掌握一套客户诊断工具：学会使用《存量客户价值潜力四象限模型》，快速识别出“高潜力”客户与“问题”客户。

学会三类高效激活策略：

“破冰”激活：针对长期不互动客户的 3 种低成本、高触达重启话术。

“升温”激活：针对有基础互动客户的 2 个深度信任建立场景与活动设计。

“裂变”激活：激发满意客户进行转介绍的标准化流程与激励技巧。

精通深度价值挖掘两板斧：

需求穿透术：通过“财务健康度扫描”等工具，挖掘客户隐性需求。

资产归集策：设计具有说服力的“资产整合建议”，提升客户钱包份额。

构建一个可持续的运营闭环：带走一套包含客户分群、触点规划、效果评估的《存量客户精细化运营地图》。

【课程对象】

个人客户经理、理财经理、财富顾问

网点主任、个金业务负责人

客户运营岗、数字营销岗相关人员

对公客户经理（涉及对企业核心个人的维护）

【课程时间】

1-2 天（6 小时/天）

【授课方式】

数据分析 + 工具导入 + 情景剧演练 + 案例共创 + 计划制定

【课程大纲】

第一单元：认知重构——为什么我们总是忽视“身边的金矿”？

1. 存量客户的“冰山价值”

数据揭示：获取新客 vs. 激活老客的成本与效益对比。

概念导入：客户终身价值（CLV）——算一算一个活跃客户未来5年能为你带来多少价值？

反思活动：随机抽取10位“睡眠客户”，估算其潜在价值损失。

2. 存量客户激活的三大核心障碍

不知从何下手（缺乏筛选标准）

不知如何开口（缺乏有效话术）

不知怎样持续（缺乏运营节奏）

小组讨论：你在激活客户时，最大的“心理障碍”或“操作难点”是什么？

3. 激活策略总体框架：“识别-触达-信任-挖掘-绑定”五步闭环

展示课程整体逻辑图，让学员对全程有清晰预期。

第二单元：精准识别——用“显微镜”与“望远镜”看清你的客户

1. 客户数据“清点”与“画像”

除了AUM，还有哪些关键行为数据（转账频率、APP登录、产品持有）值得关注？

工具实战：《客户简易画像标签表》填写演练。

2. 核心工具：《存量客户价值潜力四象限模型》

高价值高潜力（明星）：重点挖掘，寻求资产归集与转介。

高价值低潜力（金牛）：重点维护，防止流失，保持份额。

低价值高潜力（种子）：重点培育，通过激活提升价值。

低价值低潜力（沉睡）：批量维护或战略性放弃。

课堂练习：对提供的客户名单进行四象限分类，并分享分类逻辑。

3. 制定你的“客户激活优先级清单”

如何平衡精力分配？——制定“70/20/10”的客户联系法则。

第三单元：高效触达——设计让客户不反感的“重启”与“升温”之旅

1. “破冰”激活：重启长期沉默客户

三大黄金由头：产品到期、政策利好、专属福利。

三步沟通法：致歉（为疏于联系）- 价值（提供即时有用信息）- 轻量邀请（一个极低门槛的下一步）。

话剧本演练：针对一位2年未联系的存款客户，设计一条微信或一段电话开场白。

2. “升温”激活：将普通联系转化为深度信任

场景一：成为客户的“信息管家”

方法：定期提供与其资产相关的定制化市场简报（而非群发）。

场景二：设计“非金融”的轻量级互动

方法：举办线上微沙龙（如“暑期亲子财商游戏”）、发起健康生活打卡等。

案例拆解：某理财经理通过“家庭资产配置体检”活动，成功激活5个沉睡客户，归集资产超千万。

3. “裂变”激活：让客户为你带来新客户

转介绍的最佳时机：不是在成交后，而是在客户表达感谢或认可时。

“无压力”转介绍流程：如何提出请求？提供什么工具（如《客户成功故事集》）？给予何种感谢？

角色扮演：向一位刚刚对你服务表示满意的客户，自然提出转介绍请求。

第四单元：深度挖掘——穿透表面需求，提升客户钱包份额

1. 需求挖掘：从“卖产品”到“解决财务问题”

工具：《家庭财务健康度扫描清单》（简易版）。

沟通技术：运用“现状-影响-理想”提问框架，引导客户自己说出痛点。

实战演练：挖掘一位“只存款、不理财”的客户背后的真实顾虑与潜在需求。

2. 资产归集：给出一个“不可拒绝”的理由

理由一：便利性整合（“一个APP管理所有资产”）。

理由二：专业性增值（“为您提供跨平台资产的综合配置报告”）。

理由三：关系性特权（“成为我行的XX级别客户，可享以下专属权益……”）。

方案设计：为一位在他行有理财的客户，设计一份个性化的资产归集建议提纲。

3. 价值绑定：从单一产品到全方位服务关系

如何通过服务组合（如“财富管理+税务咨询+子女教育规划”）增强客户粘性？

案例分享：从单一房贷客户，发展为家庭全权资产托管的经典路径。

第五单元：固化体系——构建可持续的存量客户运营机制

1. 设计你的《存量客户精细化运营地图》

以季度为周期，规划不同客群的触点矩阵（何时、通过何渠道、传递何内容）。

小组共创：针对“种子客户”群体，设计一个为期90天的培育孵化计划。

2. 效果评估与迭代

如何定义“激活成功”？——设定可衡量的指标（如互动率、产品持有数、AUM增长率）。

建立简单的客户反馈收集机制，持续优化你的策略。

3. 毕业设计：制定个人《存量客户激活百日攻坚计划》

每位学员选择3-5位目标客户，运用课程工具，制定详细的激活步骤与沟通预案。

小组内模拟演练，互为教练，提供反馈。

宣誓与承诺，建立课后实践打卡群。

【课程收尾】

策略总览与心法总结：从“猎手”到“农夫”的思维转变，每位学员简答输出个人感想，根据自己梳理的睡眠客户，按照课程内容进行分类，并列出具体的跟进计划。

疑难问题解答：针对学员个性化问题提供解决方案。

颁发“存量客户激活官”认证（趣味性），合影留念。