



《电话营销技能提升“1+4”跟岗培训辅导项目》

主讲：王庆晨讲师（定制化课程方案）

一、项目目标及对象

1. 项目对象

客户经理、柜员、理财经理

2. 项目时间

1 天培训+4 天实战辅导（6 小时/天）

3. 项目目标

帮助学员主动服务意识提升


帮助学员服务到营销的意识转变

教会学员识别客户类型及了解客户心理分析

帮助一线人员突破营销心理障碍和恐惧

帮助学员掌握疑难客户处理的技巧

提升学员与客户维系沟通技巧



帮助学员学会业务营销的落地话术

帮助学员掌握营销的关键要点

客户经理岗位常见问题与解决方案&话术：

让客户尽可能听完客户经理讲话；客户经理能克服胆怯心理把话说完

如何解除客户的心理防备

如何邀约客户来网点面谈

客户听到是银行的来电，表示不需要就挂机，怎么办？

客户不接听电话；或者接听率不高怎么办？

电话联系后添加微信，多次发信息客户不回复，很难维护

陌生电话不知道如何切入主题，一讲到产品客户就挂机，感觉就是个推销员

客户对产品不感兴趣，并且说其它银行比我们好，对比它行利率

客户说再考虑一下，很难再继续讲产品

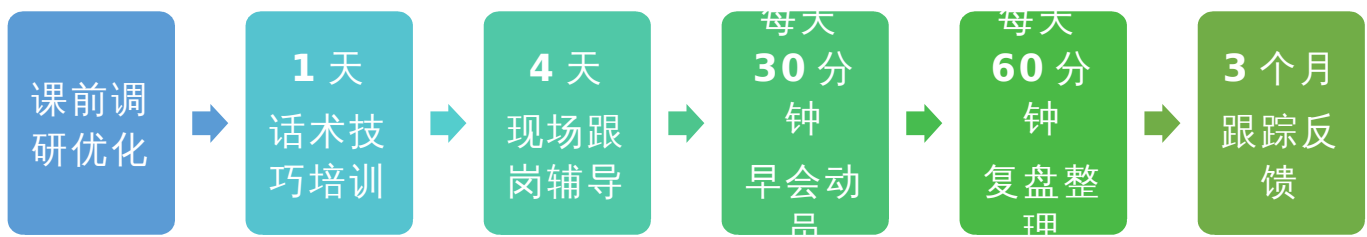
如何能更好的服务客户，而不是成为一名电销员

新客户经理面对老客户，第一次打电话如何建立信任感，如何生转熟，怎样维系沟通会比较有效？

二、项目思路

具体工作思路如下（工作思路以与企业调研后的结果为准）整体时间呈现：每天 30 分钟





1. 问卷调研期

调研时间：课程开展前1至2周

调研内容：根据课程需求，讲师出具问卷调研表，由员工进行填写，咨询公司进行汇总，初步了解学员现阶段问题困惑所在，为课程开展更具针对性。并由企业提供录音或话术脚本，讲师进行前置优化。

2. 集中培训期

培训时间：1天（6小时）

培训内容：根据企业需求及调研情况进行针对性的客户挽留与营销能力提升集中培训，包括产品介绍包装、营销能力、客户沟通能力、解决问题能力等方面的板块内容。（详见课程大纲）

具体产出：文字版课程话术稿一份。



3. 现场在岗辅导期

辅导时间：4 天（6 小时/天）（根据企业情况进行调整）

辅导内容：根据培训情况进行一对一的员工营销技巧话术运用实战现场跟岗跟踪辅导，并由企业根据实际情况选出 1-2 人为核心辅导负责人，全程跟随导师进行现场辅导。辅导内容包括营销工具运用、维系沟通技巧运用、营销话术运用等，并通过现场发现问题进行现场跟踪现场解决提升。

具体产出：现场辅导营销龙虎榜表、现场辅导营销效果对照表。

4. 早班会

早会时间：30 分钟

早会内容：维系和营销技巧、话术脚本的讲解与练习；当日任务分配与布达；当日激励方案宣导。

5. 每日复盘整理

复盘时间：60 分钟

复盘内容：根据现场辅导的相关表现分别提出个性及共性问题，并提出提升方案及方法，并布置相关后续跟踪作业。同时表彰表现优异学员给与肯定和奖励，作为后续跟踪提升的标杆。



6. 跟踪反馈期

跟踪时间：3个月

跟踪内容：根据学员情况进行后续跟踪，通过布置作业、反馈问题、单独解答、整体解答等方式为已参训学员提供一对一或一对多远程辅导服务（微信、电话、短信、邮件等途径）。

7. 具体产出整理

文字版课程话术稿一份。

现场辅导营销龙虎榜表。

现场辅导营销效果表。

文字版共性问题整理稿一份。

文字版项目结束整理报告一份。

三、项目培训课程大纲及辅导流程

【注】：本课程属于量身定制课程，会根据课前调研结果对课程内容进行优化

第一板块 职业认知与心态拓展

1.1 明确客户维系与营销的关系

没有销售，为谁服务？

没有服务，怎么做销售？



服务与销售相结合

以优质服务促销售

对营销的正确认知

把工作变成乐趣的方法

电话营销工作带来的成就感

1.2 读懂客户想法的五大化恐策略

客户骂人，发火时的想法及应答

客户需要再联系，敷衍时的想法及应答

客户不需要，拒绝时的想法及应答

客户考虑一下，借口时的想法及应答

客户怕被骗，质疑时的想法及应答

第二板块 客户经理维系沟通技能提升

3.1 客户维系沟通“听”技巧-有效聆听

聆听的三层特殊含义


聆听的障碍

案例：客户主观意识引起的表达障碍

客户语言语音语调的深层含义

两个层次-表层意思、话中有话

三个技巧-速回技巧、确认技巧、记录技巧



案例：速回技巧（语音、语言）

案例：超级经典好用的回应词组

案例：客户抱怨的回应技巧

模拟训练：聆听客户核心需求问题

3.2 氛围沟通“问”技巧-引导式主动提问

提问的目的

提问的两大类型

提问遵循的原则

两层提问法

信息层问题设计及应答话术

问题层提问设计及应答话术

引导的两层含义-由此及彼、扬长避短

引导技巧在营销中的运用

案例：把客户的弹性需求通过引导提问转变成刚需需求的技巧

练习：消费贷产品提问设计

练习：车贷产品提问设计

练习：经营贷款产品提问设计

3.3 客户维系沟通“答”技巧-共情赞美

投诉抱怨客户场景处理应对

对共情的正确认识



表达同理心的 3 种方法

同理心话术的三个步骤

案例：客户张先生，是我们公司的大客户，沟通时，客户表示：“不相信我们是银行的，怕被骗。请

用同理技巧安抚客户情绪并解决此疑问

案例：客户对于产品业务提前终止会承担风险不认可

案例：赞美客户之后的连锁正面反应

赞美的三个关键点

寻找赞美别人的捷径

如何提高客户感知

赞美的三大方法

赞美客户客户所在地、口音、方言、升级选择等

案例：如何赞美男性客户、女性客户、投诉客户、合作客户、疑问客户

第三板块 客户经理营销实战话术技巧提升

4.1☐电话前的准备工作



☐锁定客户群

☐外呼脚本

☐外呼心态

☐外呼工具及环境

☐声音感染力的训练



4.2 营销切入点开场白

- 开场白之规范开头语
- 接通如何让客户愿意听下去？
- 开头语体现你的专业素质
- 开场白脚本中的亮点呈现
- 第一次接触开场白设计
- 后期跟踪开场白设计
- 已成交老客户，接触开场白
- 问候语的设计
- 细分：不同产品业务（消费贷、汽车贷款产品）销售开场白话术设计：
- 落地工具：营销工具、话术脚本、练习。

4.4 升级业务有效产品介绍

- 控制式介绍与排列式介绍
- 提高营销成功率的产品介绍方法
- 产品介绍 1+4
- 一个产品介绍核心列表
- 四种有效产品介绍方法



- 体验介绍法
- 对比介绍法
- 分解介绍法
- 客户见证法

案例分析：个人消费贷款处介绍法

现场演练：个人汽车贷款业务推荐

现场演练：对比介绍法推荐业务

现场演练：家装贷业务推荐演练

4.5 客户异议处理与二次建议

正确理解客户异议

客户异议核心分类

利用异议二次激活客户升级需求

异议处理能力提升的解决公式

异议处理“不需要”的现场引导演示及运用

常见客户常见异议：

客户说：“我现在很忙,一直以忙为借口”

客户说：“要跟家人商量一下”

客户说：“利息太高了”

客户说：“其它银行同类产品利息比你们低”我行产品利率没有它行高

客户说：“不敢在电话里面买，不相信电销”



客户说：“网点太远，过去不方便”

客户说：“我已经在互联网上办理贷款了”

客户说：“我不相信你们”

客户说：“我有钱不需要贷款”

客户说：“你们的手续太繁杂了”

客户说：信用卡比你们贷款好用多了不需要

客户说：“不懂网银或者手机银行操作，觉得太麻烦”

客户说：“我有需要再打电话给你，暂时不需要”

客户说：“你别总是打电话给我，再打电话我投诉你们骚扰”

客户说：“现在骗子太多了，不相信你们银行的，万一被骗？”

客户说：“你们审批的额度太低了”

客户说：你们的利息能不能再少一点？

客户说：你们收费这么高，我还是找亲戚朋友借钱算了

4.6 升级营销促成信号把握

有效主动促成的 3 大主动要点

主动开口

主动服务

主动关怀

有效主动促成魔法公式及技巧

有效主动促成的高级技巧：一选、二定、三留

升级后的二次回访与跟进技巧和话术



沉默消费用户的激活技巧与话术

客户挽留技巧和话术

演练：有效促成与挽留技巧运用

4.7 升级整体话术演练

针对所学话术技巧进行话术熟悉练习，为实战拨打进行预热

四、辅导流程

现场跟岗实战营销辅导流程

实战辅导课程表（具体时间安排以课程实际为准）

序号

辅导安排

时间

辅导内容描述

1

话术演练

跟岗辅导前一天晚上

1、学员话术技巧演练

2

辅导前早会



0.5 小时

讲解营销注意要点

学员制定指标

进行激励举措

分组 PK

3

实战现场辅导

4.5 小时

讲师辅导现场巡检

学员一对一辅导

发现问题与标杆

个性问题解答

共性问题记录

学员情况记录

4

复盘/总结/激励

1 小时

通报全天营销成绩并实施日激励

共性问题分析讲解

典型个性问题案例讲解

整理分享及跟新营销录音、话术、异议处理



学员问题提问及解答

日汇总



注：日课程表会根据现场实际情况进行优化调整