

# 金融产品电话营销技能提升

## 培训实施方案

### 【课程设计背景】

课程 100%源于实战超越实战。过有效的训练，帮你破解金融产品销售难题，让一线服务营销人员华丽蜕变。

课程将根据课前调研诊断，量身定制。结合目前企业核心产品，均有课堂通关练习、实战落地的话术脚本和营销工具，输出干货，培训结束话术脚本即可马上用在工作中。

### 【课程对象】

客户经理、客服

### 【课程时间】

2天（12小时）

### 【课程人数】

50人左右

### 【课程大纲】

#### 一：金融产品营销行业分析与职业认知

营销的发展前景分析

营销的四大目标，主动营销的心态

案例、互动（自信的营销）

职业定位（根据讲师自身一线营销的工作经验，讲述销售人员的未来发展规划）

营销时面临的四个时期

恐惧期、兴奋期、厌倦期、困惑期

**案例分析与演练：**

**客户询问我们的产品行不行？**

**客户质疑收益、优惠**

**推荐的金融产品我自己都没信心**

#### 二、营销积极心态塑造

营销积极阳光客服心态训练

沟通情绪来源

积极阳光服务心态来源

活在当下的客服心态

积极阳光的客户心态

---

调整快乐的营销心态  
期望效应在客户服务中的运用  
一线基层营销岗位压力源分析  
简单有效的缓解一线营销压力的方法

#### **案例分析与演练：**

**面对超长时间的工作加班怎么办？**  
**对职业发展感到迷茫怎么办？**  
**介绍产品被客户拒绝，出现恐惧心理怎么办？**  
**被客户埋怨、责骂怎么办？**  
**我每天要面对客户压力大怎么办？**  
**客户在对我发泄怎么办？**  
**我的工作指标很重、压力很大怎么办？**  
**我在团队上月倒数第一怎么办？**  
**客户不讲理对我破口大骂怎么办？**

### **三、营销场景沟通技巧**

#### **1、尊重**

客户对产品感知影响因素  
沟通中的语义转换  
练习：礼仪训练  
沟通规范和礼仪  
礼仪禁忌

#### **2、互动**

营销沟通中互动的重要性  
互动技巧  
营销沟通中停顿的时机与作用  
练习：核心业务现场训练

#### **3、亲和**

亲和力表现  
正确的发音方式  
营销中声音控制能力  
声调的控制  
音量的控制  
语气的控制  
语速的控制  
微笑的训练  
小练习：语态的控制能力

#### **4、客户第一心理诉求：倾听的技巧**

倾听的三层含义  
倾听的障碍  
倾听中停顿的使用  
倾听的层次  
倾听的四个技巧

回应技巧

确认技巧

澄清技巧

记录技巧

**场景现场演练：**

**客户抱怨，别来烦我（发火、骂人、强势、不耐烦、再打投诉你）的回应技巧**

**需要时，我找你，积极回应技巧**

**现在产品都不如以前划算，回应技巧**

**还说是你们的大客户呢，都没有优惠啊，回应技巧**

**我的要求很简单，把那个员工给我开除掉，回应技巧我很忙，没有时间**

**再回复投诉业务时，因长时间沟通，客户搞我们在沟通时前后矛盾（之前无法申请，后续尝试申请），如何处理？**

## 5、情商提升：共情技巧

投诉抱怨客户场景处理应对

对共情的正确认识

表达共情的3种方法

共情话术的三个步骤

**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。请用共情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**

## 四、金融产品电话营销实战场景与对话脚本设计

### 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

### 2、开场白，接通前30秒标准话术设计

开场白之规范开头语

3套客户愿意听下去的开场话术

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

个人介绍的设计

来意说明的设计

状态确认的设计

**细分：金融产品业务（金融产品、消费产品）销售开场白话术设计：**

**落地工具：营销工具、话术脚本、课堂练习。**

### 3、客户心里驱动力原理对营销需求挖掘的运用

挖掘客户需求的工具是什么

提问的目的

提问遵循的原则

三层提问法

信息层问题

问题层提问

解决问题层提问

**细分：金融产品销售需求引导话术设计：**

**落地工具：营销工具、话术脚本、课堂练习。**

**案例：提问客户对金融产品业务的引导**

**案例：提问引导挖掘客户对消费产品的需求**

### 4、消费者购买时的四大疑惑心理营销中的运用

客户购买时内心四大疑问

产品介绍最有效的三组词

提高营销成功率的产品介绍方法

好处介绍法

差异介绍法

主次介绍法

分解介绍法

**细分：金融产品销售需求引导话术设计：**

**落地工具：营销工具、话术脚本、课堂练习。**

**金融产品的介绍方法**

**打动客户且合规的金融产品话术分享**

### 5、客户异议的内心需求与挽留技巧

异议的分类

真实异议

虚假的异议

隐藏的异议

异议处理的四个原则

客户异议处理的四种有效方法

提前异议处理法：引导法、同理法、认可法

**营销，客户常见异议应对与练习：**

**我不需要**

**我再考虑一下**

**我跟家人商量一下**

**我有时间去看看**

**这次活动，我不想参加，有需要再联系你吧**

**我在开车，现在不方便**

**你们上次那个问题都没有帮我解决。**

**不要说这么多了，我就是不需要！（不愿告诉真实的原因）**

**你们是不是骗人的**

---

**这个产品别的银行也有**  
**我没钱，不感兴趣**  
**你们不靠谱，我不相信**  
**一接电话就表示不要不要**  
**明天没有时间**  
**我现在有钱，不需要产品**  
**你们利息太高了不划算**  
**我担心影响征信**  
**不接受金融分期这种产品**  
(更多客户异议可收集量身定制应答话术)

## **6、人性的弱点在营销促成中的运用技巧**

人性需求与促成  
人性的两大需求  
人性需求对促成的价值分析  
促成的五大技巧

- ② 直接促成法
- ② 危机促成法
- ② 二选一法
- ② 体验促成法
- ② 展望未来法
- ② 客户见证法

**落地工具：营销工具、话术脚本、课堂练习。**  
**现场演练：学员学会3种以上促成办理的方法**  
**话术设计：6种促成的话术编写**

## **7、结束语与信息微信的收集**

专业的结束语  
让客户满意的结束语  
结束语中的5个重点  
客户微信收集与二次营销