

《客户经理电话营销实战提升培训+辅导》

主讲：王庆晨老师（量身定制课程）

一、目标对象

1. 项目对象

营销人员

2. 项目时间

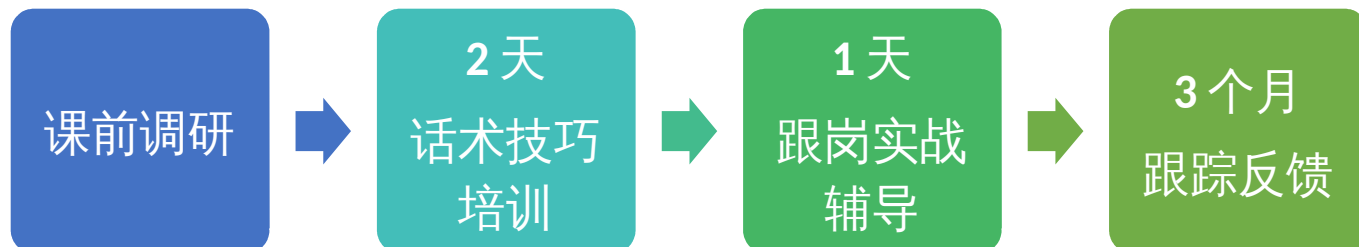
2天话术技巧培训（6小时/天）+1天实战跟岗辅导（6小时/天）

3. 项目目标

- 1) 帮助学员识别客户类型、了解消费者心理、增强客户营销意识；
- 2) 帮助学员提升客户营销能力，提高客户沟通技巧和异议处理水平，加强客户合理挽留；
- 3) 帮助学员提升营销实战技巧、增加创收产能。

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：



1. 课前调研

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，由员工进行填写，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。

2. 话术技巧培训

培训时间：2天（6小时/天）

培训内容：根据企业需求及调研情况进行集中式的话术技巧提升培训。（详见课程大纲）

3. 实战辅导纠偏指导

辅导时间：1天（6小时/天）

辅导内容：根据培训情况进行一对一或一对二的员工话术技巧实战现场跟岗辅导，辅导内容包

括所学话术及技巧的运用，并通过现场发现标杆及问题进行现场跟踪解决。

4. 跟踪反馈

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）。

【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

三、课程大纲

第一板块 银行营销认知与心态转换

1.1 银行营销心态转换

好的心态是成功的开始

服务类客服的营销压力突破

四种心态必须突破

不好意思开口

害怕被拒绝

害怕被客户骂

不自知过度营销

失败来自消极的心态

客服人员心态剖析

消极心态突破方法：TYS 分类和太好了心态运用

案例：面对客户不耐烦的应答话术

1.2 营销困难转化的难点

客户骂人，发火时的想法及应答

客户需要在找你，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 客户性格分析与消费心理分析

2.1 客户两大心理分析

承受心理

忍耐力

2.2 四类银行客户性格分析

纠结八戒型

自主悟空型

数据三藏型

被动沙僧型

2.3 客户性格特征沟通分析

不同客户沟通模式、营销切入点不同

不同性格客户的服务产品需求不同

不同性格客户的特征分析

不同性格客户的行为模式

不同性格客户的语言模式

不同性格客户的优缺点分析

不同性格客户的心理需求

客户性格测试工具运用

2.4 客户的六种消费心理分析

“成本型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“品质型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“配合型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“叛逆型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“自决型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“外决型客户”消费心理分析及应对方式及话术

第三板块 营销氛围沟通技巧提升

3.1 沟通“听”技巧-客户语言

倾听的三层特殊含义

倾听的障碍——挑着听、听一半

案例：客户主观意识引起的表达障碍

注视的两个层次-表层意思、话中有话

注视的两个技巧-回应技巧、方向技巧

案例：回应技巧（语言、用词）

案例：超级经典好用的回应词组

模拟训练：倾听客户核心需求问题

3.2 沟通“问”技巧-有效确认

确认的目的

确认遵循的原则

确认提问法

信息层问题设计及应答话术

问题层提问设计及应答话术

案例：通过引导式确认激活客户需求

3.3 沟通“答”技巧-成交引导

引导的两层含义-由此及彼、扬长避短

引导技巧在面销中的运用

把客户利益点进行针对性引导

案例：客户说“我觉得不太合适”如何引导客户

第四板块 银行营销实战技巧提升

4.1 营销话术技巧“三则一言”

“两秒法则”

“停顿法则”

“妈爸了法则”

“四字真言”

4.2 营销切入点开场白

- 营销自杀式开场白分析
- 电销切入点设计

- 录音：失败的营销切入点分析
- 录音：成功的营销切入点分析
- 营销切入点设计原则
- 营销如何切入最合适？
- 电话营销开场-客户拒绝处理话术
- 客户说：“不需要”时，应对话术处理
- 客户说：“考虑一下”，应对话术处理
- 客户说：“有需要，再打电话给你吧”应对话术处理
- 客户说：“不要再来烦我了”应对话术处理

4.3 迅速拉近客户关系的友好赞美

赞美的目的、价值和意义

认清赞美的本质

赞美是营销的工具

赞美打造良好沟通气场

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

赞美客户名字、客户所在地、口音、方言、年龄、家人、身份、业务选择等

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

案例：主推产品客户最喜欢的赞美话术

4.4 银行主推产品卖点突出介绍

产品介绍的“奥利奥原则”与“1：8 原则”运用

产品介绍的正面引导用词

产品介绍的一个核心列表

产品介绍的四大实用方法

优点转化法

潜移默化法

钢琴销售法

指天效应法

案例：银行主推产品有效突出卖点介绍

4.5 公式化客户异议处理与客户挽留

正确理解客户异议

解决客户异议的两大基本准则

客户异议核心分类

异议处理能力提升的终极解决公式

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：“我不需要”应对技巧

客户说：“我不感兴趣”应对技巧

客户说：“我考虑一下”应对技巧

客户说：“发个短信、微信给我看看吧”应对技巧

客户说：“我现在不方便”应对技巧

客户说：“我在忙、在开车、在开会”应对技巧

客户说：“等我有时间，再去你们网点详细了解一下”应对技巧

客户说：“暂时不需要，到时候有需要再联系你”应对技巧

客户说：“不划算”应对技巧

客户不耐烦、骂人、说粗话的应对技巧

4.6 客户有效信号促成

有效促成的 3 大主动要点

主动开口

主动服务

主动关怀

有效促成魔法公式及技巧

有效促成的高级技巧：一选、二定、三留

演练：银行主推产品有效促成

4.7 话术通关辅导

讲师通关流程讲解

一对一话术脚本检查练习

学员话术技巧熟悉运用考核

学员一对一辅导

学员个性问题调整

学员共性问题分析

学员提问解答

四、辅导流程

实战电销辅导纠偏指导课程表（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、学员话术技巧演练及话术通关熟悉
DAY 1	战前会议	30 分钟	1、领导动员讲话，介绍辅导竞赛规则与激励方案
			2、讲师讲解营销注意要点
			3、组建战队，制定战队目标，分组 PK
	现场实战辅导	5 小时	1、学员营销实战，讲师跟岗一对一或一对二辅导
			2、发现问题与标杆，学员个性及共性问题记录及解答
	战后复盘	30 分钟	1. 统计、核算团队及个人数据（颁奖准备）
2. 实战优秀学员、战队长分享			
3. 实战总结大复盘（问题剖析、案例分享、话术提炼等）			