

# 《银行客户营销维系实战话术提升培训》

主讲：王庆晨讲师

## 一、项目时间

2天培训（6小时/天）

## 二、培训目标

- 1) 通过课程让学员做到活学活用，现学现用；
- 2) 帮助学员塑造良好的职业心态、调整营销心态；
- 3) 帮助学员提高客户沟通技巧和异议处理水平、加强客户挽留；
- 4) 帮助学员提升营销专业度，提升营销实战技巧、增加创收。

## 三、课程大纲

**【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 外呼营销意识转变与心态调整

## 1.1 银行合规管控下的电话营销前景分析

民法典对外呼的管控及应对策略

银行业合法合规电销策略

电话营销在中国的前景分析

电话营销在银行业的发展及运用

为什么银行业会对电销严格管控

外呼营销的规范运作分享

## 1.2 从服务到营销的意识转变

明确服务与营销之间的关系

营销是服务的升级版服务

服务与销售相结合

对服务营销的正确认知

服务营销真正的目的分析

爱上电话营销的秘诀

把工作变成乐趣的方法

**案例：外呼营销工作带来的成就感**

## 1.3 营销人员心态调整

好的心态是成功的开始

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

消极心态突破方法：TYS 分类和太好了心态运用

互动：培养销售的自信

## 1.4 读懂客户想法的化恐策略

客户不耐烦，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

---

## 第二板块 客户性格分析与消费心理分析

### 2.1 银行客户两大心理分析

承受心理

忍耐心理


### 2.2 四类银行客户性格分析

纠结八戒型（冒险收益型）

（案例：客户思维：会亏吗？会赚吗？买吗？卖吗？）

自主悟空型（固执理性型）

（案例：客户思维：买卖盈亏都是我自己说得算，别给我乱推荐）



数据三藏型（稳健收益型）

（案例：客户思维：我只看数据，其他说的都是空话）

被动沙僧型（感性追随型）

（案例：客户思维：我都不太懂，有好介绍吗）

## 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、文字断句不同

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文字模式

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 高效服务沟通的“听问答”技巧提升

### 3.1 高效服务沟通“听”技巧

倾听的三层特殊含义

倾听的障碍

案例：专业术语引起的倾听障碍

案例：方言引起的倾听障碍

案例：客户主观意识引起的倾听障碍

倾听的两个层次-表层意思、听话听音

倾听的四个技巧-回应技巧、确认技巧、澄清技巧、记录技巧

案例：回应技巧（表情、动作、语言）

案例：超级经典好用的回应词组

案例：二次挖掘-一次投诉客户的澄清

模拟训练：倾听客户核心问题

### 3.2 高效服务沟通“问”技巧

提问的目的

提问遵循的原则

引导式提问的两层含义-由此及彼、扬长避短

引导技巧在电话服务中的运用

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

案例：把客户的注意力由极端情绪到正常沟通的转移

### 3.3 高效服务沟通“答”技巧

对共情的正确认识

有效共情的快速表达

如何让客户觉得你才是真的站在同一个角度思考

案例：投诉客户反向安慰客服的高级共情表达

赞美的目的、价值和意义

认清赞美的本质

赞美是服务的工具

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



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

---

## 第四板块 理财营销实战话术技巧提升篇

### 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 外呼营销切入点开场白

- 电话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？
- 营销开场-客户拒绝处理话术
- 客户说：“不需要”，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

## 4.3 银行理财业务有效产品介绍

- 控制式介绍与排列式介绍
- 提高营销成功率的“1：8”产品介绍方法

- 一个产品介绍核心列表
- 三大有效产品介绍方法
- 好处式介绍
- 比对式介绍
- 拆分式介绍

现场演练：利用好处介绍法推荐主推理财产品业务

现场演练：对比介绍法维系高净值客户群体

#### 4.4 银行客户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分期需求

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：“我不需要”应对技巧话术

客户说：“我不感兴趣”应对技巧话术

客户说：“我考虑一下”应对技巧话术

客户说：“发个短信、微信给我看看吧”应对技巧话术

客户说：“等我有时间，再去你们网点详细了解一下”应对技巧话术

客户说：“暂时不需要，到时候有需要再联系你”应对技巧话术

- 客户说：“你们的收益比其它银行低”应对技巧话术
- 客户说：“我没钱，不做理财”应对技巧话术
- 客户说：“我没做过理财，还是不考虑了”应对技巧话术
- 客户说：“我都不用手机银行的”应对技巧话术

客户不耐烦、骂人、说粗话的应对技巧话术

演练：针对主推理财产品类型的异议处理问题练习

#### 4.5 理财营销促成信号把握

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

演练：有效主动促成技巧运用