

沉默用户激活及客户价值提升

培训实施方案

【课程背景】

在营销过程中，经过一段时间的产品或品牌推广之后，就会积累到一定的客户资源，而这些客户除了一部分已经使用的客户之外，其他客户可能成为沉默客户，有效经营这些客户，会有效提升企业的营销效率，也会为我们带来更佳的经营效益。那么，如何对于这些客户资源开发，是本次培训的目的。

【课程对象】

电销人员、班组长

【课程时间】

2天

【课程人数】

50人左右

【课程大纲】

一、电话营销与沉没客户认知

- 客服人员的四大目标，主动营销的心态
- 案例、互动（自信的电话营销）
- 职业定位（根据讲师自身一线电话营销的工作经验，讲述销售人员的未来发展规划）
- 电话营销时面临的四个时期
- 恐惧期、兴奋期、厌倦期、困惑期
- 沉没客户的价值

二、沉没客户类型分析

蜜蜂客户

- 蜜粉型客户特点分析
- 营销策越

案例：客户已经使用过产品，并可能继续使用

蜻蜓客户

- 蜻蜓客户特点分析
- 营销策越

案例：有使用意向，在多个银行品牌间比较

蝴蝶客户

- 蝴蝶客户特点分析
- 营销策越

案例：使用意向一般，价格、时间、优惠活动敏感，但长期关注的客户。

螳螂客户

- 蝴蝶客户特点分析
- 营销策越

案例：客户使用意向相对较弱，价格优惠、期限敏感度最高，偶尔也有成交的可能。

三、沉没客户的沟通技巧

客户忠诚理论

- 影响客户开卡使用的因素
- 提升客户忠诚度的话术脚本设计

倾听技巧

- 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
- 表层意思
- 听话听音
- 听话听道

倾听的四个技巧

- ✓ 回应技巧
- ✓ 确认技巧
- ✓ 澄清技巧
- ✓ 记录技巧

现场演练：客户抱怨我行服务不行，请用倾听技巧安抚客户的情绪。

同理技巧

- 什么是同理心？
- 对同理心的正确认识
- 表达同理心的3种方法
- 同理心话术的三个步骤

现场练习：你还敢打电话给我？我要投诉你们（利用同理化解客户的怒气）

赞美技巧

- 赞美障碍
- 赞美的方法
- 赞美的3点
- 销售中赞美客户
- 直接赞美
- 比较赞美
- 感觉赞美
- 第三方赞美
- 骂声中赞美

现场训练：

如何赞美客户的声音

如何赞美沉默客户的想法

感谢客户的话术

四、沉默客户营销策略与实战技能提升

1、电话营销实战技能：开场白前 30 秒话术

- 沉默客户开场白
 - 脚本设计：让客户开心的开场白设计
 - 脚本设计：让客户惊喜的开场白设计
 - 脚本设计：独一无二的开场白设计
- 开场白客户害怕听到的词语
- 开场白引起对方的兴趣
 - 让对方开心
 - 让对方信任
 - 让对方恐惧
 - 让对方困惑
 - 让对方紧张

2、沉默客户用卡需求挖掘

- 挖掘客户需求的工具是什么
- 提问的目的
- 提问的两大类型
- 外呼提问遵循的原则
- 三层提问法
- 信息层问题
- 问题层提问
- 解决问题层提问

现场演练：通过提问挖掘客户的需要

情景模拟：运用提问挖掘客户对产品的需求

4、有效的信用卡产品话术介绍

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
- 对比介绍法
- 主次介绍法
- 客户见证法
- 分解介绍法

5、客户异议处理与挽留技巧

- 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

客户常见异议应对与练习：

我不需要

我已经有很多卡了

我不相信信用卡

我没这用卡的习惯

我再考虑一下

我跟家人商量一下

我有时间再了解

这次活动，我不想参加，有需要再联系你吧

不要说这么多了，我就是不需要！（不愿告诉真实的原因）

太麻烦了

6、促成开卡技巧

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

现场演练：学员学会 3 种以上的促成方法

话术设计：6 种促成的话术编写

7、结束语与信息收集

- 专业的结束语
- 让客户满意的结束语
- 结束语中的 5 个重点
- 成交后的转介绍话术设计