

《对公客户经理营销策略及技巧》

适合对象

对公客户经理、对公行长

课程时间

2天，12小时。

课程背景

目前营销人员队伍在工作中存在的主要问题：

- 1、营销人员将工作做不好归于环境影响，职业素养薄弱；
- 2、营销人员售动机不强，缺乏客户分类、服务分层、产品分包的意识；
- 3、营销人员产品与客户匹配了解不全面，以致难以准确地向客户销售产品，成交率偏低；
- 4、处理客户对产品产生异议的能力较弱，容易被他人影响，失去销售的信心。

课程收益

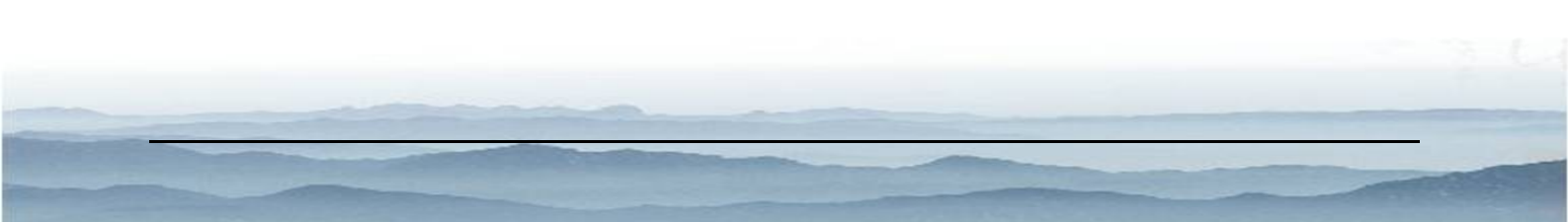
- 1、激发营销人员对本职工作的热情，重塑职业心态；
- 2、使营销人员掌握娴熟的销售技巧，提高销售成效率；
- 3、利用交叉销售流程增加产品与客户的粘贴率；
- 4、掌握客户投诉处理技巧，有效解决因产品收益未达预期、公司流程约束等问题引起的客户投诉。

课程大纲

一、营销策略分析

1. 团队管理的核心
2. 日常五大管理计划



- 
-
3. 客户经理五项能力修炼
 4. 85后、90后员工的沟通
 5. 头脑风暴：沟通大师的构成要素
 6. 对内沟通的手段
 7. 培育做教练的准备
 8. 准教练的核心
 9. 如何深度的倾听
 10. SMART 提问力打造
 11. 有效反馈
 12. 思考“领导”在想什么
 13. 案例：政府投融资-长江隧道

二、内挖之营销策略分析

1. 请思考：各银行产品的差异化？
2. 对公客户的架构
3. 如何寻找目标客户？
4. 内挖之一 —— 做好客户的维护！
5. 内挖之二 —— 转介绍
6. 内挖之三 —— 做好存量客户的提升
7. 内挖之四 —— 网点的客户活动如何开展
8. 内挖之五 —— 存量客户的深度挖掘
9. 面对客户时的角色
10. 内挖的宗旨 —— 榨干
11. 案例：四川省政府投资与财政专项资金管理






三、外拓之营销策略分析

1. 如何大力发展渠道？
2. 如何做好园区客户？
3. 案例：如何发展一个好的客户？
4. 客户上中下游分析
5. 头脑风暴：客户需求分析
6. 5大财务方案提供
7. 集团现金管理与资金池管理
8. 对于上游供应商，提供国内保理业务
9. 对于下游经销商，提供无追索新型国内保理业务
10. 四大成本降低
11. 提供5+1融资工具
12. 业务全流程梳理
13. 针对企业未来的并购发展战略提供多元化服务
14. 综合效益“广炼立破”
15. 金融创新
16. 销售谈判四原则
17. 客户谈判的四个阶段
18. 头脑风暴：谈判测试

四、公司业务的风险管理

1. 风险-收益的关系
 2. 风险考虑
- 



3. 小企业信贷风险的主要形式：
4. 小企业信贷风险的识别方法：
5. 控制风险的办法：

