

《从深层挖掘个贷客户到个金产品交叉销售》

适合对象

投资顾问、理财经理、财富管理顾问、金融业人员、客户经理、基层主管、支行负责人、分行行长

课程时间

2天，12小时。

课程收益

1. 管理大师德鲁克说：“企业的唯一目的就是创造客户”
2. 经济形势瞬息万变，业内竞争白热化，业外跨界业务推陈出新，创新不断，银行传统优势岌岌可危而同时银行产品/服务种类繁多，但各类产品/服务呈‘单一’销售、被动销售，表现为“抓则升，不抓则降”的绩效趋势，营销成本高，利润低
3. 另外，营销实践中发现，部分客户想要的不一定是他们真正需要的，部分客户从不思考自己的需求客户很多时候只知道最在乎什么问题，但并不知道如何解决问题。作为银行营销人员，如何降低客户资源浪费？以顾客为导向，创造客户需求？满足客户需求？
4. 开展交叉营销将告诉您答案，并将带给您营销成本低、利润高、通过链条服务大大提高客户粘性等惊喜

课程收益

1. 同步行业趋势--更新业界发展信息，了解当下业务环境，触发提升思考
2. 启动职业心态--助推思维转变，认识专业素质提升重要性，提高技能提升积极主动性
3. 训练从业技能--纠偏营销理念、深入认识交叉营销效益，梳理营销流程、掌握交叉营销关键行为、要点技巧和相关话术、整合并发挥资源效能，以更少的投入提高管道产能绩效
4. 了解未来宏观市场变化、实现以客为尊的发展趋势
5. 通过培训达到精准营销
6. 了解、把握并适时管理客户需求，适当达成客户预期，设定合理目标
7. 满足并持续跟踪客户资产配置，因市场或目标变化而调整配置
8. 为满足客户需求而不懈努力，实现自我职业价值

课程大纲

一、中国银行业迎来大数据时代

1. 分组PK与积分竞赛
2. 中国零售银行业新纪元
3. 大数据时代下交叉营销的巨大能量

- 4. 变革转型时期客户对银行新的要求/期望
- 5. 资源整合对银行利润的爆炸性触发

二、优秀客户经理三要

- 1. 与时俱进的主动服务意识
- 2. 产能高效的业务营销能力
- 3. 敏锐精准的商机挖掘嗅觉

三、解读交叉营销优秀客户经理五大关键能力

- 1. 交叉营销实质
- 2. 交叉营销的显着效益
- 3. 营销成本
- 4. 利润空间
- 5. 客户忠诚度

四、个贷客户深层挖掘/精准营销/经营维护/客户分层管理

1. 个贷客户分群方式

- A. 专业人士
- B. 企业主
- C. 白领
- D. 富裕家庭
- E. 老年客户
- F. 退休客户

2. 客户属性分析与营销策略

- A. 方便性
- B. 地缘性
- C. 目的性

五、个贷客户精准营销与关系维护深层营销流程

1. 中高端客户维护方式

- A. 如何从外在特征发现客户
- B. 如何从业务类别发现客户
- C. 如何从沟通中深度识别客户

2. 探寻客户需求过程

- A. 营销打破隔阂技术，称呼、问候、寒暄、话题切入点



- B. 客户信息的采集和需求的把握
- C. 展示金融产品的常用方法和应用技巧
- D. 激发客户的兴趣的步骤
- E. 精确掌握客户需求
- F. 客户欲望的挖掘和调动
- G. 及时的诱导与说服
- I. 让客户说“是”的技巧
- J. 扑捉客户的决定信号
- K. 面对拒绝的心理调试
- L. 如何留住客户，保留回旋的余地，进行持续性营销的技术

六、交叉营销流程管理

1. 银行营销岗角色转变
2. 定位: 屡招挫败的推销者→受人尊敬的专业顾问
3. 共享: 产品知识、管道资源
4. 产品归类
 - A. 房贷交叉营销话术
 - B. 住房公积金交叉营销话术
 - C. 经营类贷款交叉营销话术
 - D. 车贷交叉营销话术
 - E. 小额分期贷款交叉营销话术
 - F. 卡分期交叉营销话术
5. 资料平台搭建、共享
6. 套餐服务/互补产品功能区划分
 - A. 存款类
 - B. 固收类
 - C. 保险类
 - D. 基金类
7. 交叉营销机会诊断
8. 客群分析

七、六大交叉销售步骤与工具、细节保障

1. 五大准备动作和营销工具包
 - A. 二八定律、营销心理学应用
 - B. 客户需求挖掘和购买决策模型
 - C. 提问与倾听在挖掘潜在需求中的应用
 - D. 客户需求解析工具
 - E. 客户购买决策影响要素
2. 面谈技巧和 4 个关键点

- A. 个性风格之自我调整策略
 - B. 挖掘话术展示和演练
 - C. 产品推荐
 - D. **FABE** 原则
3. 三大推荐方式
 4. 产品推荐话术展示和演练
 5. 异议处理
 - A. 心态调整：嫌货才是买货人
 - B. 三大典型异议情景和处理原则
 - C. 异议处理 **3F** 法和 **4** 步骤
 6. 促成时机与方法
 - A. 牢牢把握八大促成时机
 - B. 灵活应用八大促成方法

八、基础产品交叉营销

1. 以行外吸金为导向的产品交叉营销策略

- A. 积极
- B. 成长
- C. 稳健

2. 存款试金石

- A. 日均
- B. 行外
- C. 流出

3. 销售模式转变

- A. 现状
- B. 模式
- C. 建议

4. 交叉营销吸金四法

- A. 问
- B. 留
- C. 少
- D. 回



5. 【头脑风暴：基于客户细分之需求创造话术打造】

- A. 活期客户
- B. 理财客户
- C. 基金客户
- D. 大额客户
- E. 白金卡客户

九、复杂产品交叉营销

1. 基金销售六步法

- A. 知己知彼百战不殆
- B. 行内+行外
- C. 坏基金
- D. 好基金
- E. 吸引力法则
- F. 迭加

2. 股权型基金销售关键与营销技巧

- A. 宏观要点
- B. 微观要点
- C. 顾问式营销

3. 混合型基金销售关键与营销技巧

- A. 风险规避营销法则

4. 债券型基金销售关键与营销技巧

- A. 债券与理财差异
- B. 三大类黑天鹅资产配置营销法则

5. 【演练：基金话术前、中、后梳理】

十、客户关系维护与转介绍法则

1. 客户关系维护的重要性：250 法则

2. 客户转介绍六步骤





3. 客户关系维护七大方法

