

银行客户经理营销基础

授课时间：1—2 天

授课对象：银行客户经理、营销相关人员

课程目标：

1. 了解营销的基本理念，提升营销工作的兴趣；
2. 掌握营销的基本流程，寻求本银行产品卖点；
3. 做好营销的规划工作，避免脚踩西瓜皮现象；
4. 强化目标、责任意识，逐步打造为营销精英。

课程纲要：

一、银行营销基本概念

1. 营销的演变
 - 1) 策略演变：生产、产品、推销、关系营销、社会营销
 - 2) 思维转变：把你想要的变成对方的需求
2. 营销的三要素
 - 1) 整体营销、客户满意、客户导向
3. 产品的两个通路
 - 1) 媒体通路、销售通路
4. 满足需求、超越竞争
 - 1) 营销的出发点——超越竞争
 - 2) 营销的本质——满足需求
5. 两个导向
 - 1) 竞争导向：
 - 2) 客户导向：
6. 银行五种个人客户类型
 - 1) 保守型
 - 2) 防御型
 - 3) 稳健型
 - 4) 积极型
 - 5) 激进型

二、银行主动营销基本流程

1. 主动营销八大流程
 - 1) 引导
 - 2) 分流
 - 3) 等待
 - 4) 辅导
 - 5) 针对
 - 6) 挖掘
 - 7) 掌握
 - 8) 决策
 - 9) 跟踪
2. 开发客户技巧
 - 1) 客户常规分析（个人与企业）
 - 2) 六项准备工作
 - 3) 五个基本方法

- 4) 寻找客户六个方法
- 5) 挑选客户六种方法
- 6) 挖掘客户法则 (SPIN 技巧)
- 7) 授信审批人员喜欢的客户类型

3. 有效处理客户投诉

- 1) 投诉者想得到什么
- 2) 客户是如何流失的
- 3) 投诉处理的意义
- 4) 投诉处理基本步骤
- 5) 投诉处理案例分析

三、银行客户经理能力提升

1. 营销人员 ASK 模型

- 1) 知识：精通各项产品知识
- 2) 技巧：正确的营销方法
- 3) 态度：思维模式决定业绩

2. 营销人员四大类型

- 1) 术语型、运气型、忽悠型、顾问型

3. 营销人员必备五大心态

- 1) 积极
- 2) 空杯
- 3) 共赢
- 4) 创业
- 5) 感恩

4. 营销人员发展途径

- 1) 迷茫阶段：独上西楼，望尽天涯路
- 2) 成长阶段：为伊消得人憔悴
- 3) 成熟阶段：蓦然回首，那人却在灯火阑珊处

5. 市场开拓与客户管理

- 1) 客户对服务的观点
- 2) 客户的满意度
- 3) 客户关系的建立和维护
- 4) 客户关系发展模型
- 5) 真正的销售始于售后

注：上述课程大纲为银行课程通用版，实际课程会根据客户需求、学员状况、银行特点、授课时长等确定具体课程内容。