
银行顾问式销售技巧

主讲：金玉成

课程收益：

- 1、提高认识：了解银行业中客户经理的重要性及发展空间，提高岗位的组织荣誉感与归属感。
- 2、认识客户：了解客户的核心诉求、产品期望、行为特征、思维方式等，融洽彼此相处。
- 3、思维转变：改变银行业传统的推销思维，从以产品和任务为导向，转变为以客户为导向的营销思维。
- 4、技能提升：掌握电话营销、客户拜访、产品介绍、交易促成、客户维护等必备营销技能。

课程时间：2天，6小时/天

授课方式：

专题讲授、案例分析、工具分享、小组研讨、互动发布、头脑风暴、启发教学

授课对象：

支行长；理财经理；理财顾问；客户经理；个贷经理；个人客户经理；个人业务顾问；大堂经理；综合柜员等营销职能人员。

课程大纲：

第一讲：从营销 4.0 看金融营销的四大本质

- 1、什么是营销 4.0
- 2、以帮助客户为使命
- 3、以客户需求为中心
- 4、以解决问题为目的
- 5、以金融产品为途径

第二讲：营销劫—银行营销失败揭秘与正知正见

- 1、第四境界：无动于衷

案例：X 商银行面对有金条需求的客户

提升点：销售意识

- 2、第三境界：无孔不入

案例：某国有银行面对肥羊型客户的基金、保险、金条、信用卡销售

提升：顾问思维

- 3、第二境界：无中生有

案例：深圳某商业银行对贵宾客户的信用卡营销

提升：引导思维

- 4、第一境界：无住生心

案例：教授的忠心

案例：无心插柳却客户云集

提升：弱点思维

第三讲：金融营销的哲学智慧

- 1、营销者最大的障碍是如何赢销
- 2、如何实现营销的精进与创缘
- 3、观营销事业与人生智慧

第四讲：金融大客户营销六步智胜

一、望闻问切锁目标

- 1、四望：视觉识别
- 2、三听：听觉识别
- 3、三问：主动探寻
- 4、六切：信息识别

案例：某建行非本行贵宾卡的礼遇

研讨：高净值客户的识别与运用

二、转变角色取信任

- 1、信任策略：藏果示因

案例：电话营销高手的人民币理财营销

- 2、初步接洽：银行从业者的职业风范
- 3、建立好感：激励保健双因子理论

案例：广州 XX 银行活用激励因素提高客户忠诚度

- 4、铸造信任：销售者的角色转变

案例：客户心理分析

三、三入战术挖需求

- 1、提问对驾驭客户的重要性
- 2、SPIN 营销的四大步骤及要点
- 3、小组研讨—如何设计营销话术
- 4、从视频体会 SPIN 在营销中的实际运用

案例：水泥厂老板的太太如何营销保险、基金、贵金属等

四、三步成诗说产品

- 1、卖点发掘

演练：信用卡、网银、定投等卖点发掘

- 2、产客适配：连线法、塔式排序法

演练：常见客户类型的产品卖点匹配与排序

- 3、第三步：SCBC 语术

模板讲解与使用

案例：小老板与小白领的销售话术

演练：保险、基金、贵金属等语术设计

五、一辩二化三促成

- 一辩：异议三大类型与应对

案例：一波三折终成交的保险销售

- 二化：太极公式与四大化解策略

案例：人民币理财收益低于他行时的三大策略六大技巧

案例：黄金高于他行时如何处理

- 三促：不成交四大类型及促成方式

案例：小富婆保险成交关头的“我回去和老公商量下”

演练：我考虑下……；我没钱……等银行常见异议的处理语术

六、用金不如巧用心

- 1、关系策略：四大错与四大对
- 2、升级路径：关系升级模型的解读与使用
- 3、日常维护：五大技巧

演练：结婚、生子、升学、升迁、乔迁、车祸等维护技巧
第五讲：课程回顾与研讨