

高端客户服务营销能力提升

课程背景：

很多银行理财经理存在以下问题：

- 不清楚高端客户服务特点？
- 不知道如何开发高端客户？
- 不知道高端客户服务营销能力如何提升？

课程收益：

1. 提高认识：了解高端客户(私人银行)的发展历史、经营现状、发展趋势等，提高对私人银行工作的认识。
2. 明确发展：了解私人银行客户经理的发展前景及职业通道，明确工作核心价值，提高归属与荣誉。
3. 认识客户：了解高净值人群的核心诉求、产品期望、行为特征、思维方式等，融洽彼此相处。
4. 思维转变：改变银行业传统的推销思维，以产品和任务为导向，转变为以客户为导向的营销思维。
5. 技能提升：掌握客户拜访、产品介绍、交易促成、客户维护、网络营销等必备营销技能。

授课老师： 坚鹏老师 银行转型升级首席顾问

培训对象：

需要学习高端客户服务营销的理财经理。

课程设置时间：12 小时

课程大纲：

一、银行服务营销研究

- 1、创新服务营销给银行带来的回报
- 2、什么是服务营销？
- 3、服务营销的特性
- 4、服务对促进销售的意义—循环圈

- 5、服务与销售如何完美结合
- 6、服务中销售的关键点
- 7、案例分析：由真情服务带来百万元收益
- 8、案例分析：通过优质服务营销百万元存款

二、银行高端客户发展分析

- 1、高端客户(私人银行)的现在与将来
- 2、高端客户(私人银行)机构现状
- 3、高端客户(私人银行)发展趋势
- 4、高净值人群与私人银行的关系

三、认识高净值客户

- 1、高净值群体的崛起
- 2、高净值人群的性别年龄
- 3、财富等级分布
- 4、理财目标与风险偏好
- 5、关键购买因素
- 6、对创新性产品使用情况及偏好
- 7、对投资咨询的需求
- 8、对客户经理的要求

四、高端客户期望的客户经理

- 1、私人银行客户经理的四种特质
- 2、私人银行客户经理的五商培养
- 3、私人银行客户经理的六大角色

五、高端客户服务营销策略

- 1、主动服务
- 2、主动营销
- 3、联动营销
- 4、交叉营销

六、高端客户营销六步智胜

- 1、第一步：建立信任

- 2、第二步：需求挖掘
- 3、第三步：产品介绍
- 4、第四部：异议处理
- 5、第五步：交易促成
- 6、第六步：客户维护

七、高端客户主要服务营销工具

- 1、CRM 系统在高端客户服务营销中的应用
- 2、数据挖掘在高端客户服务营销中的应用
- 3、微营销工具在高端客户服务营销中的应用

八、有效平衡服务与销售的双重角色

- 1、服务角色与销售角色的冲突
- 2、如何防止过度销售
- 3、如何防止过度服务

九、高端客户服务的四个阶段

- 1、接待客户——服务形象及第一印象
- 2、理解客户——感同身受及需求判断
- 3、帮助客户——提供解决方案及超越期望
- 4、留住客户——制造差异化及后续维护

十、如何提升重复购买率及客户忠诚度

- 1、检查结果
- 2、服务后期的回访
- 3、榜样客户的宣传
- 4、推动客户间的推荐

十一、客户性格与投诉处理技巧

- 1、四种性格的特点描述
- 2、四种性格客户实际案例讨论、分析
- 3、针对四种客户性格的沟通技巧
- 4、针对四种客户性格的抱怨投诉处理技巧
- 5、客户抱怨投诉处理的六个基本步骤

- 1)耐心倾听
 - 2)表示同情理解并真情致歉
 - 3)分析原因
 - 4)提出公平化解方案
 - 5)获得认同立即执行
 - 6)跟进实施
- 6、案例分析：以优质服务成功处理客户投诉
 - 7、案例分析：成功化解纠纷取得客户信任
 - 8、案例分析：以优质服务成功解决突发事件

十二、内容总结与行动计划

- 1、内容总结
- 2、心得分享
- 3、问答与交流
- 4、行动计划

练习：根据工作中存在的问题和实际情况制定行动计划