SCG行业解决方案

金融行业成功案例分享
定位–培养–传承，递进式营销推进

行业背景

尽管面临总体增速放缓以及业务结构调整，公司银行业务仍是银行业的基石。公司银行业务的健康发展对每一家商业银行来说都是关系生存的头等大事，因此需要准确把握公司银行业务未来的发展趋势，打造差异化的业务模式，转型基础能力。对公业务从原先的关系营销向专业营销转变，统一的销售语言，基本的销售技能是初级客户经理的必备。初级客户经理认为难度更多的来源于产品及竞争，该银行的领导则道出“营销技能”的欠缺是困难的来源。

问题与挑战

- 该银行在业务转型过程中，对公初级客户经理工作定位不清晰，初级客户经理没有层次划分。
- 初级客户经理对营销工作认识不足，客户经理的工作现状与领导期望有较大差距。
- 初级客户经理在营销过程中缺少打单策略，对客户决策流程缺乏深刻理解，销售工作效率很低！

项目目标

- 通过专业的营销技能训练，明确拜访流程，提高拜访技能。
- 通过训练提高独立完成中小客户的打单能力。
- 掌握针对不同类型，不同性格客户的销售技巧。
- 掌握与客户建立关系，获取关键信息的技能。

未展开内容

- 行动学习任务贯穿
- 跟踪学习机制
- 营销案例制作，营销案例库建立

解决方案

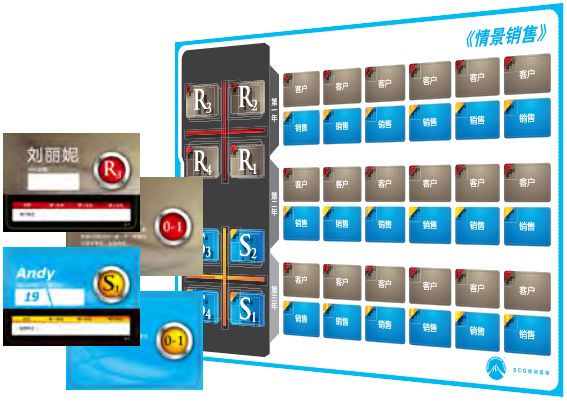
为了快速提高客户经理的实战营销能力，销售驱动力高效转化为销售业绩，SCG为该银行对公初级客户经理们设计了营销训练营项目，使其在营销过程中有章法可循，营销管理中有标准可控。

① 通过沙盘课程，进行实战模拟训练，产出一套完整的营销流程表单

ⓐ《对公专业营销技巧》：训练专业的营销和拜访流程，独立操控中小客户的能力

ⓑ《情景式营销》：如何搞定不同类型不同性格的客户，如何与客户建立关系拿到关键信息

② 沙盘模拟培训结束后，对公初级客户经理们将继续挑战《实战模拟考核》关卡，用培训中学到的拜访流程和客户应对之道，与SCG顾问进行实战营销角色扮演，并由SCG顾问点评打分，由此检验培训成果

单次拜访流程图

情景销售沙盘