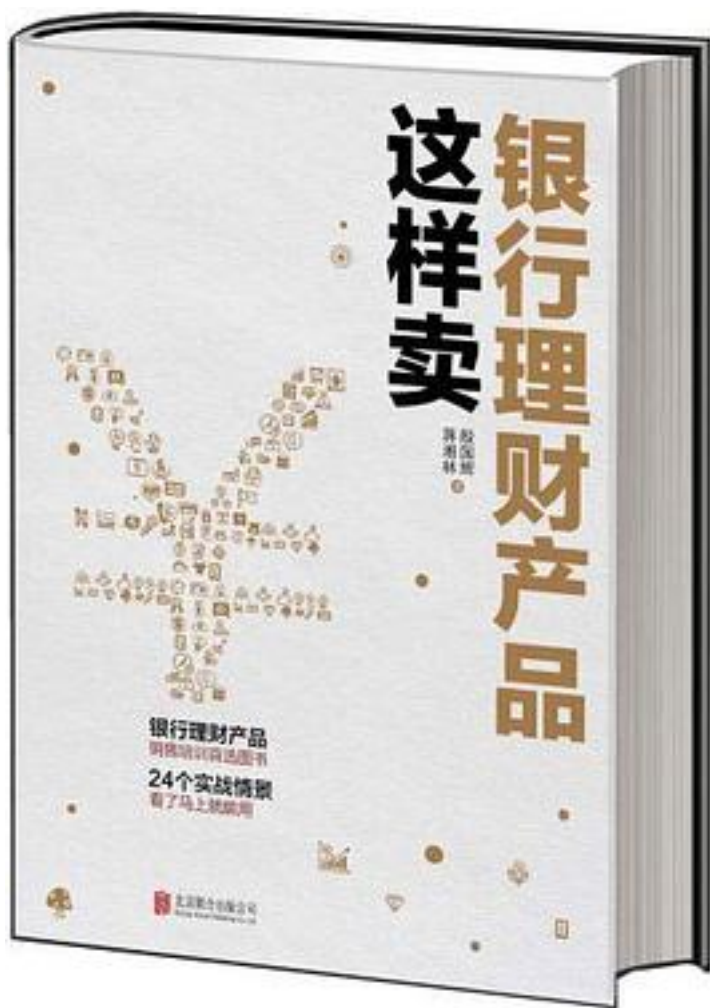


银行理财产品这样卖



[银行理财产品这样卖_下载链接1](#)

著者:殷国辉

出版者:北京联合出版公司

出版时间:2015-5

装帧:平装

isbn:9787550247093

银行里是不缺客户的，不管是存量还是流量，客户都多的维护不过来了，怎么会没有客

户？缺的是营销的意识和正确的思维。本书将银行理财产品销售时24个常见的销售情景一一呈现，从客户开发、建立信任、需求挖掘、产品介绍、交易促成五个方面一一进行了讲解，运用理论和实例相结合的方式，帮助银行销售人员顺利卖出各种理财产品。

作者介绍:

殷国辉：

三载于上海师从余世维先生

现任华师经纪金融研究院院长

中山大学、浙江大学、湖南大学等多家院校客座讲师

曾任大型金融咨询公司高级咨询顾问；高级讲师等。

曾任中兴通讯学院 中兴咨询 策划部部长\知识管理部部长。

曾任《中兴咨询》编辑部执行总编辑。

曾担任深圳建行、深圳交行、深圳中行、浙江农行、江苏中行等银行营销咨询顾问。

曾担任中国银行总行、农业银行总行、浦发银行总行、恒丰银行总行等总行级特聘讲师。

曾担任广东省银行协会、工商银行、建设银行、农业银行、中国银行、浦发银行、民生银行、兴业银行、光大银行、平安银行、华夏银行、广州银行、汉口银行、昆仑银行、恒丰银行、成都银行、郑州银行、中国银行业协会等机构特聘讲师。

蒋湘林：

银行服务营销管理专家，主打银行一线、服务营销系列课程及银行标杆网点辅导项目。年授课100天以上，30多家银行特聘讲师。

曾任建设银行深圳某分行大堂经理、平安集团银行保险事业部培训师、香江控股集团培训总监，上海财经大学、浙江大学、中国金融委员会等特聘讲师，大型金融咨询公司银行咨询高级顾问，主导120余家银行网点辅导。

目录: 写在前面的话

余世维推荐序

第一章 客户开发：通过六大营销模式吸引客户

模式1—联动营销

情景案例：柜员与客户经理协同作战，单日定投业绩 61 笔

模式2—沙龙营销

情景案例：3小时银行沙龙产生了保单 33 份

模式3—路演营销

情景案例：小区活动巧设计，妙用小品卖保险

模式4—跨界营销

情景案例：两千万存款源于一句“保姆素质差”

模式5—讲堂营销

情景案例：医院变成了银行的提款机

模式6—扫街营销

情景案例：刁蛮老总开了 8 张信用卡
第二章 建立信任：客户信任你，才会买你的产品
理财人员不被信任的四大因素
情景案例：大客户拂袖而去究竟为何
扮演客户期待的角色
情景案例：季末大额取款的巧妙挽留
用满意服务给自己加分
情景案例：无优势银行如何打造核心竞争力
巧妙沟通，打动人心
情景案例：穷追猛打丢客户的董经理
建立信任的“三说”技巧
情景案例：大堂经理苗遇春如何成为“大众情人”
第三章 需求挖掘：客户有需求，才会有购买欲望
需求挖掘的核心思维—因果理论
情景案例：保险营销的绝处逢生
破解“见光死”的“三不说”技巧
情景案例：网银营销屡战屡败的董小峰
需求挖掘三宗“最”
情景案例：人民币理财的电话营销
医生式营销四步法
情景案例：保险营销“开口死”的破解
第四章 产品介绍：为客户做有针对性的产品推荐
产品介绍五大乱象
情景案例：“见光死”的产品介绍
产品介绍要与客户需求相匹配
情景案例：贵金属营销高手的长命锁营销
产品介绍的 SCBC 法则 // 134
情景案例：“非主流”的产品专家
卖点提炼的四点合一
情景案例：巧用保险不可替代的卖点
第五章 交易促成：找准客户拒绝理由对症下药
揭开拒绝的面纱
情景案例：网银营销如何找到拒绝源点
拒绝处理五大错
情景案例：货币基金的辩论赛
分辨真假异议
情景案例：破解客户常用语“我没时间”的死穴
化解异议
情景案例：如何解开理财收益低的死结
交易促成
情景案例：以退为进的定投营销策略
• • • • • (收起)

[银行理财产品这样卖_下载链接1](#)

标签

评论

做营销需要套路，但所有的套路，最后都取决于人的情商。学会做人做事，自然便能做好营销。

听过殷老师的课，非常实用，业绩得到过很快的提升，书的内容好像比课还精彩，还能时时复习补充，非常不错。

都是套路的书，满满的套路。

[银行理财产品这样卖_下载链接1](#)

书评

营销初期，要隐藏营销目的，首先展示情感与好处。不要用产品介绍作为开场，而要寻找合情合理的理由接触客户，在沟通中先把关系建立起来才能使客户对你产生信任，而后把产品能够给客户带来的好处从总体上有针对性地突出介绍一下，让客户产生兴趣和了解的欲望后，再开始详细地介...

[银行理财产品这样卖_下载链接1](#)