

<<优秀银行客户经理培训20课>>

图书基本信息

书名：<<优秀银行客户经理培训20课>>

13位ISBN编号：9787504959072

10位ISBN编号：7504959073

出版时间：2011-5

出版时间：中国金融

作者：立金银行培训中心

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<优秀银行客户经理培训20课>>

内容概要

每个客户经理人生必经阶段：做存款，做业务，做客户。

做存款是最初级的阶段，一味地吸收存款，欲速则不达；做业务，只要你开银票、开保函量足够大，就会有可观的存款；做客户，只要你帮助客户赚钱了，客户自然会给你滚滚而来的存款。

在与企业合作中，“关系营销”只能起到敲门砖作用，能否“长治久安”还取决于熟练使用银行授信产品及为客户提供服务的能力。

做个对客户有价值的客户经理，让客户离不开我们。

只有交流才能交心，只有成功交心才能有业务合作。

《优秀银行客户经理培训20课》提供教练式培训，提供最真实的案例，《优秀银行客户经理培训20课》将帮助你在最短时间内成为一名优秀的商业银行客户经理，激发客户经理生生不息的奋斗精神和创造价值的活力，我们通过经验丰富的银行客户经理的亲身经历总结，帮助你成为最优秀的商业银行客户经理。

<<优秀银行客户经理培训20课>>

作者简介

<<优秀银行客户经理培训20课>>

书籍目录

- 第一课 有一颗旺盛的进取心
- 第二课 都去抢着做客户经理
- 第三课 没有什么可怕的
- 第四课 根据营销需要来学习产品
- 第五课 方法比勤奋更重要
- 第六课 让客户把你当成知己
- 第七课 不要酒精，要绿色存款
- 第八课 合作第一，友谊第二
- 第九课 熟悉银行产品方可安身立伞
- 第十课 设计量体裁衣方案而非机械营销标准化产品
- 第十一课 将银行产品用活而非一味打价格战
- 第十二课 百折不挠，不断卷土重来
- 第十三课 授信产品是王牌中的王牌
- 第十四课 勤能补拙，水滴石穿
- 第十五课 帮助客户赚钱是维系客户的最好方法
- 第十六课 尽可能多地交叉销售产品
- 第十七课 银行永远偏爱有主业的客户
- 第十八课 打造自己的核心竞争力
- 第十九课 精耕细作远胜于一味地拓荒
- 第二十课 必须有自己的进退之规

<<优秀银行客户经理培训20课>>

章节摘录

银行客户经理一定要能够将银行产品活学活用，而不要一味的打价格战。各家银行的产品可以是相同的，但是客户经理却是不同的，能够将银行产品活学活用的客户经理才是最高明的。

就如同足球运动员，中国的足球运动员在静止中传球，也非常精准，但是只要在运动中、在对抗中传球就漫天乱飞了。

你看看葡萄牙的C罗，无论对抗多么激烈，传球都是一样的精准，每个动作都非常合理，这就是基本功非常扎实，能够将动作很合理地使用。

建议每个客户经理都练好绝对扎实的基本功，就是对每个基础的银行授信产品都非常精通，能够将各项银行产品合理组合使用。

每个客户经理要树立横向营销思维，要有明显超出同业的见识。

在营销客户的时候，我要求自己在熟练掌握银行产品的基础上，将银行产品活学活用。生搬硬套的效果很差，而且容易出问题。

在营销某客户的时候，我们给这家客户核定了3500万元的银行承兑汇票额度，6个月的银行承兑汇票，客户希望保证金比例降低到10%，结果行里不同意，最终协商为30%的保证金。

客户使用授信较慢，没有积极性，而且使用的银行承兑汇票额度通常都是在银行承兑汇票到期前2天左右才填满敞口。

后来发现，其实这家客户的资金周转速度非常快，在10天左右销售就周转回来了，客户往往将资金挪用于房地产，在银行承兑汇票快到期前才转回来。

这时候，我们就设想，要求15天左右让客户提前填满银行承兑汇票敞口，如果客户再次循环使用银行承兑汇票额度，可以将首笔保证金比例降低到客户要求的10%。由于可以很快带来非常可观的存款，分行也同意了，这个建议得到了客户的热烈响应，很快客户在我们这里办理了大量的全额保证金银行承兑汇票。

同样的一个客户根本没有前一个客户一样快的周转率，我们就要求这个客户首笔保证金50%。

客户在银行承兑汇票到期前两天填满敞口。

如果按照对前一个客户一样的要求，这个客户会发疯的。

总行部门对存款一般都是无所谓的态度，对你的方案往往从最苛刻的角度入手。

分行对存款有一定的压力，会对方案提供一定的帮助，支行对存款的压力最大，对授信方案往往希望从最见效、风险控制最低的方式入手。

在银行产品高度同质化的时代，作出明显高人一等的银行产品极为困难，直接打价格战更是较低层次的营销活动，还不如改变营销思路。

在商业银行，传统的纵向营销思维是试图将银行产品、服务做得比竞争对手更好、更细、更优秀。

但结果却使自己越来越累，盈利空间越来越小。

比如，争行参与大客户的贷款招标，无外乎贷款利率提供基准下浮10%，可以随用随借，随时归还，存款提供通知存款利率，将自己的利润压到最薄。

为了维护客户，甚至将本属于自己的利润也让给客户。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>