

最新银行理财经理营销分享案例 银行理财经理电话营销心得(通用5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

银行理财经理营销分享案例篇一

说到营销，第一时间想到的是亲戚、朋友这些熟悉的人，认为营销要从身边的熟人开始，其实不然，真正的营销，是陌生拜访，将陌生人发展成为自己的人脉资源，成为自己的客户，甚至是朋友。熟人资源总有用完的时候，做好营销工作，不仅要“不忘老朋友”，还要“结识新朋友”，不断的扩大“朋友圈”，保持客户“不断流”。

营销工作真正做起来并不容易，要有以下几个“点子”：

夯实底子。要想成功迈出营销的第一步，就必须打好营销基础，强化营销技能，做好前期的准备工作。首先要熟记所有产品种类，对产品的信息烂熟于心；了解他行类似产品，找到自己产品的优势和不足，从而在营销过程中扬长避短。其次要进行前期市场调研，对本区域的市场行业地域分布做到心中有数，摸清各行各业基本情况，明确营销目标，对于不同的金融产品确定营销方向。

净化里子。要树立正确的营销观念，树立竞争意识和大局意识，变被动为主动，坚定营销信心，热爱营销工作。提高思想觉悟，把从前“要我做”的思想转变为“我要做”，摒弃以往吃“大锅饭”的想法。用强有力的营销信念作为行动动力，充分认识到赢得一名新客户的重要性，努力满足客户需求，让客户有良好的体验感，只有这样，才能实现营销目

标；，才能留住老客户，吸引到新客户。

放下面子。我们要一改往日坐等客户上门的工作方式，主动走出去大力营销我们的产品。刚开始，我们会感觉抹不开面子开不了口，一旦屡遭拒绝，我们更容易就脸上挂不住，会对营销产生排斥感，以至于往后不敢营销。要迅速进行自我调整、疏导、暗示：不要因为被客户拒绝了就气馁，要明白开口不一定会成功，但是不开口就永远都不会成功。要鼓起勇气主动营销，锻炼自己的营销能力，磨平内心的棱角，以一种“平常心”去对待营销工作。

壮大胆子。做营销难，事实上，不在于客户难沟通、产品难推销，而自己底气不足，才是真正阻碍我们前进的“绊脚石”。要想做好营销工作，就要有强大的抗压能力和良好的心理素质。在遇到一些工作繁忙或者心情不好的客户，面对每天很多的上门推销员，会产生厌恶心理，对我们态度高冷，甚至出言不逊，导致我们直接退出以至于以后不敢再去营销。营销不可能一次就能成功，要找准时机，鼓起勇气，不断的反复拜访客户，才能实现目标。

迈开步子。千里之行，始于足下。由于当前金融市场的繁荣，客户对金融机构也增加了更多的选择空间，即使有需求，也不会主动到某家咨询，而是坐等多家银行上门营销对相关产品比较后才会做出决定，这就需要我们拜访客户，了解各个行业的经营情况；了解客户对金融产品的需求。实地营销，不仅仅是一次性简单的把宣传页发给客户后就坐等客户，我们营销时需要形成一个周期性，每个一段时间，半个月或者是一个月重复拜访客户，才会达到营销的目的。

俯下身子。要想在营销领域“突出自我”，就必须耐住性子埋头苦干，不断的充实自己。多读书看报，向书本学习。多深入一线，向市场学习；谦虚而“不耻下问”，向客户学习；多沟通，多观察，多总结，向同行和对手学习，做一个“接地气、通情理”的理财经理，以真诚的心面对每一位客户，

不以貌取人。要不断的学习，掌握营销技巧，学习营销知识，不断的为自己“充电”，只有这样，我们才能开阔眼界，积累经验，取得更大的进步。

多动脑子。实地营销不仅是一项体力工作，也是一个脑力工作，需要理财经理有灵活的思维，敏锐的洞察能力，细致的观察力。要善于发现市场中必有的规律，根据不同的环境和时间有重点营销某个行业的客户；根据地域的不同，营销本地区重点行业的客户等。在与客户进行交流时，客户会提出各种各样的问题，就需要理财经理有灵活的思维和善辨的口才，通过对营销话术和技巧的灵活运用，将自己产品优势表达出来，争取让客户满意。

多翻本子。营销是一项长期性的工作，需要理财经理持之以恒的坚持下去。经过长时间的工作，我们掌握的信息越来越多，靠着记忆力去工作是行不通的，笔记本是必不可少的工具。我们需要将客户进行分类并详细记录客户信息，哪些已经是我们的客户，哪些是潜在客户，哪些是第一次咨询过的客户等等。将笔记本随身携带，在工作时随时记录各种信息，培养记笔记的好习惯，方便随时查看客户信息，在工作之余多翻阅工作笔记，利于今后营销工作开展。

营销无处不在，无时不能。要处处想着营销，时时准备营销，不能把营销工作只放在特定的工作时间和工作环境中，要把营销的思想时刻印在脑子里，成为我们生活中的一部分。

理财经理是营销的基石，我们要从自己做起，树立正确的营销观念，思想上不懈怠放松，行动上不拖泥带水。只要前期踏踏实实工作，营销工作会越来越轻松。

银行理财经理营销分享案例篇二

非常感谢分行为我们理财经理提供这次难得的销售技能提升培训的机会，一天的时间虽然短暂，授课的内容虽然有限，

但大家上课听讲时都专心致志，全神贯注，认真的聆听和记录，相信关泽仁老师的销售理念却为我们今后的销售工作带来了全新的启示。通过此次培训，我收获很多，体会深刻。具体想就有关培训内容浅谈几点体会：

服务营销从了解客户开始，针对自己的岗位，问一问自己，到底有多少不熟悉的客户，针对新客户，通过一些活动，找出未来能为建行邢台分行带来贡献度高的那部分优质客户，积极地向理财经理做好转介。当然老客户更需要积极地经营，通过电话预约、约见客户等，提升产品销售度。

在实际营销过程中，难免会存在各种各样的难题，也许客户会拒绝我们为其设计的理财规划。这就涉及到一个问题，那就是我们首先应了解客户，从见到客户的那刻起，我们应保持对客户有足够的好奇心，了解客户的家庭、职业、学历等情况，以便使我们的营销做到有的放矢，从而在很大程度上避免了不必要的拒绝。当然如果客户拒绝了，我们也要做到不抛弃、不放弃，及时的了解客户拒绝的理由，通过和客户交谈，及时的化解客户心中的疑虑，从而及时地促使销售活动的顺利完成。

我们销售的金融产品都是无形的，也许客户在某种程度上难以接受，如果我们不能很好地解释所销售的产品，那么借助工具销售应该是很好的选择，例如建议客户做基金定投，可以借助于复利表来说服客户，爱因斯坦曾经说过，世界上最伟大的力量不是原子弹，而是复利。相信等客户看完这些数据后，一定会为他内心带来震撼的。

通过此次培训，今后在销售技能提升过程中要取人之长，补己之短，扎实做好客户的服务工作，为建行邢台分行的销售工作作出更大的贡献。

银行理财经理营销分享案例篇三

怀着期待的心情，我有幸参加了本次支行组织的“对公理财经理外拓营销培训”。培训中，老师通过理论讲解、现场示范以及吸取队友营销经验分享等方式，让我对银行理财经理营销工作又有了不一样的感受。

“聆听客户、分析客户、伺机切入”是我们需要做的事情。实战培训中，我们小分队在拜访广怀集团的大门前，面对守卫森严的安保措施，我下意识先想到的就是直接简单的推销模式：“我们是中国银行的，希望拜访公司负责人谈下合作的事。”但是培训老师却说：“先不急，先了解客户情况不迟”。随后我们就在周边询问公司外出办事人员侧面了解公司情况以及公司负责人情况，没想到这些信息帮助我们实现了重要的一步——成功踏入了企业大门并面见了公司董事长。

这一点从侧面说明了搜集并分析客户情况的重要性。在面对广怀集团负责人的时候，我们也是更多的聆听客户介绍公司情况，并予以认可和赞扬。因此，客户向我们透露了较多的信息，我们默默记下并进行关注。这次拜访中，在没有明确需求点的情况下，我们并没有立即推荐我行具体产品，因为那样客户马上就会给出我们见面以来第一个“no!”但我们在客户面前建立了良好的第一印象，并建立了联系。

通过这个案例，我认识到营销是一个持续的过程，营销的过程是需要建立联系后持续的引导和感化客户。与推销相比，我认为营销才是适合我们银行理财经理的市场拓展方式。

银行理财经理营销分享案例篇四

20xx年x月x日，我有幸参加了分公司举办的理财经理销售技能提升培训班。能成为这次培训中的一份子，我感到十分的荣幸，使我有了一次增长见识和提高自我能力的机会。这次培训时间虽短，但内容丰富而精练，十分实用。既有老

师精辟的理论讲解，又有学员之间精彩的互动训练。从培训一开始，我就被培训中的气氛所感染，老师的精彩讲解，提出的每一个问题，我都认真体会，尽可能多的牢记和吸收，并做到举一反三，深刻理解其中含义。可以说，这次培训使我大开了眼界，拓宽了思维方式，补充了新鲜血液，受益匪浅。通过这次培训，我深深地体会到，要当好一名理财经理，必须做好以下几方面的工作：

作为一名理财经理应积极主动并经常地与客户保持联系，细分客户，确立目标市场和潜在客户，对客户进行各方面的分析与评价；时刻保持与客户的联系和调动客户的资源，利用有效的沟通手段和沟通策略保持与客户的关系，对客户进行富有成效的拜访与观察。认真倾听客户的需求、理解客户的想法，运用“fabe产品销售技巧”最快最准确的做出营销提问，发现和挖掘客户隐性需求，将客户的隐性需求转为明确需求。运用一些高效简练的业务介绍技巧，更好的提高营销的成功率，从而提高客户的综合贡献度和对我司的依存度，最终提升我司的市场竞争力。

优质服务体现在全新的客户服务理念、全方位的客户服务内容以及现代化的服务手段上。为使简单枯燥的服务工作变得丰富而多采，真正体现客户第一的观念，在接触客户的过程中，要牢记“客户的需求就是我们工作的工作目标”这一发展思路，勇于创新，创造性的开展工作，用真诚的心，和客户交朋友，要为客户所想、知客户所愁，排客户所忧、做客户所需、情系客户心。用情去包容客户，用心去体谅客户，用爱去感动客户，用优质服务去发展客户。针对不同客户，采取不同的工作方式，努力为客户提供最适合最优质的服务。

在工作中，往往也存在着某些或多或少的合理的或不合理的东西，我们都要保持一种积极的心态去对待，抱着更大的热情的去面对挑战。要注意调节自己的情绪，面对工作压力时，应该将每次的困难当作一种考验，当作是再次体现自身价值的一个机遇。在每次对新的考验机会的期待中，使自身的价

值得以提高，也就将压力转变成前进的动力。

通过培训，我清楚地认识到自己应该如何去面对客户，具体到每一个环节。专业的销售流程是一个循环的过程，从准客户开拓到准备、约访、接洽、初次面谈、产品说明、拒绝处理、促成面谈到售后服务，售后服务不是结束，而是另一个准客户开拓的开始。通过互动训练，不仅掌握了具体流程，更重要的是我因此而获取的面对挑战的勇气和自信。还有一点感想，就是要做好准备抓住机会。机会很多，却总有从手缝中溜走的遗憾。不能怨天尤人，而应该自我反省，是没有给我机会吗，还是因为我自己准备的不够充分？机会只给有准备的人。培训带给我很多启示，很多东西值得我们去坚持：一份好心态，一颗上进的心、积极的态度；培养团队精神、创新精神；合理安排时间，树立良好的时间观念；重视细节，战略上举重若轻，战术上举轻若重等等。我一定把这次培训作为一个新的起点，在今后的工作中去实践，去运用。把学到的理论知识运用到实际工作中，为自己的事业和企业的明天而努力。

银行理财经理营销分享案例篇五

为期一周的公司理财经理营销外拓培训拉下帷幕，虽然时间不长，但是却收获颇多，受益匪浅。作为公司理财经理队伍的一名新手，我通过这次和同事一起外拓营销学习到很多。

在市场竞争日趋激烈的今天，我们首先应该做的是倾听，聆听客户的发展思路和对我们的需求，然后站在客户的角度思考他们到底想了解的具体是哪些信息，然后根据客户提供的信息寻找我行匹配的产品，这就要求我必须对我行的产品有全面的了解。

在这次外拓培训的'第一天我就发现了自己在产品了解方面的不足。当时我和理财经理陈家均、汪涛一组一起去陌生拜访一位新客户，刚开始是公司财务负责人接待的我们。在交谈

过程中，如果客户问到我比较熟悉的贷款业务时，我还可以比较自信地回答，但由于客户目前在其他银行有授信，所以兴趣并不是很大。

在我感觉这次营销就要这样结束的时候，陈家均突然向客户问了一句：“你们公司目前有上市的打算吗？我们银行现在有专业的团队可以帮助企业上市”。

客户听了以后就比较感兴趣，向我们询问了很多信息。这时，企业老板李总在办公室里听到我们的谈话后也走出来和我们一起交流。在这过程中，李总侃侃而谈，表达了公司想上市的需求以及自己的看法。陈家均也凭自己对新三板产品的了解说服了客户，赢得了客户的认同，敲定了下次进一步沟通合作事宜的时间。

从公司出来以后，我最深的感触是：还好今天有前辈在，如果我单独一个人来，这个潜在客户可能就发现不了了。

俗话说：细节决定成败，任何一个微小的失误都可能决定成败。所以，我们在工作中要注重细节，善于抓住细节。营销中客户不经意中提到的信息可能就是他们最真实的想法，我们如果能善于抓住客户所提供的信息，从细节入手，了解客户的需求，定能打开一片天地。

这次培训我也收获良多，我相信通过不断地学习以及实践，我一定能够突破自我，在新的工作领域也能开拓一片天地！