

《银行对公柜员：优质服务沟通礼仪与产品营销技巧》

【授课时长】

实战版 4 天，浓缩版 2 天

【课程收益】

通过培训班使学员提高对公客户的服务技巧，把握沟通中倾听的艺术，并能熟练掌握沟通的方式与艺术，从而更有效地提高处理问题的能力，从而在银行业市场中展现自身独特魅力。

【授课对象】

银行对公柜面人员

【课程大纲】

(领导开训:强调学习的意义和纪律)

导言、关于学习的效率及学习方法分析

头脑风暴：您碰到哪些关于客户服务、沟通与商务礼仪等方面的难题？每人提出自己工作中难题，老师将这些难题作为案例在整个课程中地穿插、分析、演练，解决学员实际难题。

1、案例：99 元分期次存入银行，报复银行 3 小时

2、案例：她为何为难银行柜面人员

3、导入银行柜面服务礼仪的重要性

第一章、对公柜面服务礼仪训练（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、得体的礼仪

1. 服饰：“职业装穿出专业形象”

2. 妆扮：“三分长相，七分打扮”

3. 专业姿态 10 细节

二、银行柜面服务六流程

(一) 迎接：站相迎、诚请坐

(二) 了解：笑相问、双手接

(三) 办理：快速办、巧提示

(四) 推荐：巧引导、善推荐

(五) 成交：巧缔结、快速办

(六) 送客：双手递、起立送

三、柜面服务基本礼仪

(一) 站姿

(二) 坐姿

(三) 接递票据

(四) 请客户签名礼仪

(五) 请客户出示证件礼仪

(六) 请客户重新填写凭证礼仪

(七) 交接班礼仪

(八) 电脑故障沟通礼仪

(九) 客户短钞沟通礼仪

(十) 遇客户假币沟通礼仪

(十一) 遇客户不会签名沟通服务礼仪

(十二) 遇客户不会操作密码沟通服务礼仪

短片观看及案例分析：兴业银行：客户对账失误案例分析

商业银行：客户票据不齐处理正反面案例分析

招商银行：电脑故障处理正反案例分析

示范指导、模拟练习

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第二章、 银行对公柜面服务沟通礼仪与技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、影响沟通效果的因素分析

二、营造沟通氛围

三、沟通六件宝：微笑、赞美、提问、关心、聆听、“三明治”

四、聆听对方核心需求

五、深入对方情境

六、高效提问引导话术

七、高效沟通的四要诀

八、高效沟通六步曲

1、营造氛围

2、理解共赢

3、分析策划

4、提出方案

5、认同执行

6、实施检查

九、银行柜面人员实用职场沟通技巧

（一）客户咨询沟通礼仪与技巧

（二）上下级间的沟通礼仪与技巧

（三）平级间的沟通礼仪与技巧

十、委婉解释和说明银行规定的技巧

短片观看及案例分析：小猪贝贝经典谈判成功案例分析

银行对公柜面：服务沟通正反两案例

银行对公柜面：客户咨询沟通正反两案例分析

示范指导、模拟练习

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第三章、银行对公柜面营销技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）（重点）

一、挖掘和识别目标客户

（一）目标市场分类

（二）目标客户挖掘与识别

（三）寻找银行利基市场--- MAN 法则

（四）搜寻客户源技巧及注意事项

二、客户深层需求及决策分析

- (一) 客户冰山模型
- (二) 高效收集客户需求信息的方法
- (三) 高效引导客户需求的方法
- (四) 客户合作心理分析
- (五) 客户决策身份分析

三、客户沟通引导策略

- (一) SPIN 引导技巧
- (二) 沟通引导的目的
- (三) 高效沟通谈判六步骤
- (四) 沟通引导实用策略
- (五) 产品价值与附加价值深度引导策略

四、银行对公柜面常见产品呈现技巧

- (一) 影响产品呈现效果的三大因素
- (二) 产品推介的三大法宝
- (三) 产品组合呈现技巧
- (四) 银行常见产品呈现技巧
- 1、电子银行服务项目呈现技巧
- 2、回单箱服务项目呈现技巧
- 3、代发代扣服务项目呈现技巧
- 4、保险产品服务项目呈现技巧
- 5、企业网银服务项目呈现技巧
- 6、质押贷款项目呈现技巧

五、客户异议处理技巧

- (一) 处理异议—异议是黎明前的黑暗
- (二) 追根究底—清楚异议产生的根源
- (三) 分辨真假—找出核心的异议
- (四) 自有主张—处理异议的原则
- (五) 化险为夷—处理异议的方法
- (六) 寸土寸金—价格异议的处理技巧
- (七) 客户核心异议处理技巧

- 1、情感与精神层面不满足；
- 2、不认可公司、产品；
- 3、不认可营销服务人员；
- 4、客户有太多的选择；
- 5、客户暂时没有需求；
- 6、客户想争取更多的利益；

六、促成合作策略

- (一) 建立并强化优势策略
- (二) 同一战线策略
- (三) 假设成交策略
- (四) 逐步签约策略
- (五) 适度让步策略
- (六) 资源互换策略

七、客户关系维护与深度开发策略

- (一) 客户关系两手抓
- (二) 营建客户关系的 8 大技巧
- (三) 与客户礼尚往来技巧
- (四) 客户深度捆绑策略

八、短片观看及案例分析、综合模拟演练

- 1、企业短信银行服务项目营销案例
- 2、企业手机银行服务项目营销案例
- 3、企业电话银行服务项目营销案例
- 4、信贷业务服务项目营销案例
- 5、单位存款业务服务项目营销案例
- 6、中间业务服务项目营销案例
- 7、机构业务服务项目营销案例
- 8、国际业务项目营销案例
- 9、企业高版网银营销案例
- 10、企业回单箱营销案例

示范指导、模拟练习

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第四章、客户投诉的处理技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）（重点）

一、快速分析投诉产生的真实原因

- (一) 客户心理不健康
- (二) 客户期望值高
- (三) 客户不理解我们工作流程和工作要求
- (四) 服务人员态度、服务沟通技巧、分析能力待提高
- (五) 已给客户造成损失

二、快速确认投诉的真实目的

- (一) 求发泄不满的心理
- (二) 求尊重公平的心理
- (三) 求补偿损失的心理
- (四) 求尽快解决问题的心理
- (五) 恶意投诉心理

三、客户性格心理分析及处理技巧

- (一) 和平型
- (二) 力量型
- (三) 活泼型
- (四) 完美型

四、非补偿型难缠客户心理分析

- (一) 客户为什么会粗鲁无理？
- (二) 客户为什么会夸大其词？
- (三) 客户为什么会做出一些让人难以接受的行为？
- (四) 为什么我们做了很多的解释客户不听？
- (五) 为什么好像我们说的很多实际的客观的话，客户都认为不对？

五、补偿型难缠客户心理分析

- (一) “合理补偿型”客户心理分析

(二) “巨额非合理补偿型”客户心理分析

(三) 客户要求向媒体报曝光的心理分析

(四) 客户为什么提出要补偿？

(五) 他的真实目的是什么？

六、客户抱怨投诉常见处理技巧

(一) 处理客户投诉宗旨：客户满意最大 VS 公司损失最小

(二) 处理投诉的要诀：先处理感情，再处理事情；

(三) 避免 20 种错误处理顾客抱怨的方式

(四) 客户抱怨投诉处理的步骤

七、委婉地解释和说明公司规定的技巧、降低客户期望值

(一) 委婉提醒法

(二) 巧妙诉苦法

(三) 巧妙请教法

(四) 同一战线法

(五) 利弊分析法

(六) 温馨提示法

(七) 宣传提醒法

(八) 上级权利法

(九) 体验呈现法

(十) 举例说明法

(十一) 提问引导法

(十二) 摩托罗拉法

八、及时安抚客户情绪技巧

(一) 语言技巧

(二) 行为技巧

(三) 三换原则

九、客户抱怨投诉处理技巧

“三明治”+提问引导技巧

第一层---积极情感（正能量）：鼓励、肯定、赞美、理解、关心

第二层---核心问题（解决投诉）：建议、指正、要求、询问、引导

第三层---积极情感（正能量）：鼓励、肯定、赞美、希望、关心

十、当我们无法满足客户的时候…

(一) 替代方案

(二) 巧妙示弱

(三) 巧妙转移

(四) 摩托罗拉

(五) 巧妙的降低客户期望值

(六) 此消彼长利弊分析

(七) 正能量激励

(八) 心理满足+情感关怀

十一、反复投诉、恶意投诉、补偿型投诉应对 22 大策略

(一) 资源整合策略

(二) 同一战线策略

(三) 攻心为上策略

- (四) 巧妙诉苦策略
- (五) 限时谈判策略
- (六) 丢车保帅策略
- (七) 上级权利策略
- (八) 利弊分析策略
- (九) 黑白脸配合策略
- (十) 威逼利诱策略
- (十一) 息事宁人策略
- (十二) 快刀斩乱麻策略
- (十三) 欲擒故纵策略
- (十四) 团队配合策略
- (十五) 情感拉拢策略
- (十六) 步步为营策略
- (十七) 先发制人策略
- (十八) 虚实结合策略
- (十九) 迂回曲折策略
- (二十) 疲惫战术策略
- (二十一) 最后通牒策略
- (二十二) 以柔克刚策略

十二、升级投诉、疑难投诉处理策略

- (一) 解决核心问题
- (二) 代替性解决策略
- (三) 此消彼长利弊分析
- (四) 运用法律知识
- (五) 借用人性情感

短片观看及案例分析

- (一) 客户未能出示证件
- (二) 客户填单有误
- (三) 交接班
- (四) 电脑故障
- (五) 客户短钞
- (六) 客户假币
- (七) 客户未取号
- (八) 客户插队

就学员提出的五个投诉难题进行示范讲解、模拟演练、分析点评

课程结束：

- 一、重点知识回顾
- 二、互动：问与答
- 三、学员：学习总结与行动计划
- 四、企业领导：颁奖
- 五、企业领导：总结发言
- 六、合影：集体合影