

## 《银行厅堂人员服务与营销技能提升》

### 【培训目标】

- 从客户的视角出发，使得学员对日常工作产生深入理解。
- 激发学员对工作的热情和兴趣。
- 引导学员从职业规划角度正确认知自身工作的价值，进而充满动力。

### 【课程对象】

大堂经理、大堂副理与柜员

### 【课程时间】

6小时（1天）

### 【课程方式】

PPT 讲授（50%）、互动（30%）、讨论（20%）

### 【课程内容】

#### 第一讲 银行转型与从业人员的定位

##### 1. 银行转型概述

- 零售银行的变革
  - 营业厅在变革中的定位
  - 长期竞争的关键要素：产品与服务
  - 客户的分类与需求
2. 如何定义变革中的“大堂经理”
  3. 成功的大堂经理、柜员应具备怎样定位（知识、技能和态度）
  4. 认知厅堂（厅堂的要素与大堂经理、柜员的作用）

#### 第二讲 从“服务营销”到“客户体验”

1. 银行客户的评价与体验报告（以某银行为例）
2. 从客户的角度理解“客户体验”
3. 客户的需要层次分析

##### 案例分析：“苏先生需要什么？”

- 基础：第一印象
- 过程：亲近效应
- 点睛：感动的瞬间

#### 第三讲 三步创造完美客户体验—“第一印象”

1. 活动—沟通从“温度”开始
2. 第一印象综合分析
  - 第一印象常见误区
  - 第一印象包含 11 个层面
  - 好客户与可怕客户都来自于我的塑造
3. 活动—如何从细节去塑造良好的第一印象
  - 目光交流的注意事项
  - 如何有效运用身体语言
  - 握手与名片礼仪
4. 客户的沟通风格与第一印象塑造的注意点

#### 第四讲 三步创造完美客户体验—“工作过程”

1. 重点问题—瞬时销售（酒店服务销售案例）

### 案例分析：“如何让陈先生成为贵宾客户？”

- 横向思维：找到客户需求与潜在需求
- 一句话销售的逻辑 T-N-B-A-F
- 决定权给客户，主导权在我

### 2、厅堂营销六步法

- 发现客户
- 建立信任
- 激发需求
- 展示产品
- 处理异议
- 促成销售

### 3. 重点问题—投诉与异议处理

#### 案例分析：“苏先生在酒店就餐时为什么发疯？”

- 如何处理客户情绪
- 如何分析客户反对问题
- 如何消除客户疑虑

## 第五讲 三步创造完美客户体验—“感动的瞬间”

1. 客户体验的点睛之笔—感动的瞬间（案例：“王女士在谈两罐可乐的价值”）
2. “感动的瞬间”的根源（客户需求+1—舍得—用心；案例：酒店大堂王经理的故事）
3. 常见的盲区与解决办法（活动：如何创造属于我自己的“感动的瞬间”）

## 第六讲 客户体验的根源：服务人员的动力来源

1. “塑料人”的形成案例分析：“开心网上的调查”
2. 银行服务常见问题分析-
  - 被动的根源：缺乏目标
  - 慌乱的根源：没有秩序
  - 冷漠的根源：缺少温暖
3. 服务人员的驱动力来源与“自我管理”