

# 网点转型服务营销管理

## 课程目标：

以网点转型为背景，立足网点负责人现有职权及网点有限资源，就如何在短期内通过对服务营销进行有效管理而尽速提升客户感知与营销绩效，努力使网点转型形神兼备、名副其实而进行实战教学。确保不仅更新学员理念，更使其掌握一些马上就可付诸实践的方法，在网点转型与合规内控双结合前提下努力探索！

## 课程大纲：

### 第一讲 网点转型的必要性和紧迫感

#### 1、网点转型的背景

- 经济层面
- 金融层面
- 客户层面

#### 2、 网点转型是网点的生存革命

#### 3、 网点转型描述

- 物理转型
- 功能和服务方式转型
- 服务销售流程转型
- 经营方式的转型
- 人才转型

#### 4、 同业网点转型比较

- 与国有股份制银行比较
- 与外资银行比较

### 第二讲 如何实施网点转型

#### 1、网点转型的基本目标

#### 2、网点盈利能力

- 做大客户规模和业务规模

- 实行精细化经营

### 3、网点负责人对转型的不良状态

- “等、靠、要”状态
- “无从下手”状态
- “剑走偏锋”状态
- “舍本逐末”状态

### 4、转型中网点负责人承担的责任

- 网点发展的市场定位
- 客户发展的研究
- 收入贡献度和经营效益的提高
- 促进网点的绩效进步

## 第三讲 转型期服务管理

### 1、对服务的理解

- 何谓服务
- 服务的本质
- 新时期客户评价服务的要素
- 金融业服务新趋势

### 2、“峰-终理论”对网点服务管理的启示

- 抓关键感知而非全面感知
- 让关键客户满意而非全部客户满意
- 员工个人行为与中行企业行为的有机结合
- .....

### 3、当前服务管理的着眼点

- 精雕细琢—基础服务标准化（服务礼仪与“五主动”规范）
- 举一反三—大堂经理有效化（大堂经理运作体系）
- 如影随形—服务营销工具化（岗位技能工具箱的应用）

### 4、大堂经理工作探讨

- 大堂经理角色定位与当前误区
- 现场管理的全检-5S 法
- 现场管理中的巡检-动线管理法
- 现场管理中的督检-ABC 分类法
- 统筹兼顾服务营销与现场管理
- 规范化的早会
- .....

#### **第四讲 转型期营销管理**

### **1、新时期营销理论概述**

- 4P-4C-4R
- 主动营销-体验营销-关系营销-区域营销

### **2、 主动营销的客户接触点**

- 客户接触点的把控
- 客户接触点的评估

### **3、 营销话术设计**

- 客户需求挖掘法
- 产品价值呈现法
- 客户异议处理法
- 促成交易达成法

### **4、 营销模式探讨**

- 营销策划要素
- 促销活动督导
- 营销绩效评估

店内销售与户外销售的综合案例分析