

---

# 银行网点全员营销技能提升

## 课程目标：

- 1、抓思想-清晰定位营销在发展中的地位
- 2、抓客户-加强个人核心客户群建设
- 3、抓产品-不断创新各类产品组合营销策略
- 4、抓销售-全面落实产品与服务营销规定动作
- 5、抓服务-全面建立产品售后服务制度
- 6、抓活动-大力提高市场渗透率与产品覆盖率
- 7、抓网点-通过转型全面提升网点营销效能
- 8、抓团队-全面提高队伍营销作战能力
- 9、抓机制-不断提高产品营销活力
- 10、抓管理-大力提高系统执行力建设

**课程对象：**支行行长、网点主任、客户经理、大堂经理、柜员

**课程时间：**2天，6小时/天

## 课程大纲：

### 一、什么是网点服务营销转型

- 1、银行转型的概念：交易结算型——营销服务型
- 2、硬件转型：
- 3、软件转型：
  - 1) 服务理念与服务流程优化
  - 2) 营销理念与营销流程优化
  - 3) 管理理念与管理技能升级。

### 二、协同营销与联动营销——破解柜员不愿做营销的方法

- 1、城区行“金融产品进市场”联动营销方案
- 2、县域行“金融产品进乡村”联动营销方案
- 3、搭建联动营销体系如何联动、联动工具)
  - 1) 联动岗位
  - 2) 联动工具
  - 3) 联动时机
  - 4) 联动方法

### 三、厅堂营销

- 1、大堂服务营销流程——服务营销七步曲
- 2、“主题产品营销氛围营造”活动策划及演练
- 3、大堂财富讲堂实施及演练
- 4、个人金融产品营销规定动作
- 5、大堂经理36计
- 6、压力下的现场管理

### 四、营销管控工具

- 1、大堂经理工作日志
- 2、大堂经理移动服务夹

- 
- 3、贵宾客户特征识别
  - 4、业绩统计表
  - 5、每日联系计划表表
  - 6、柜员评估表
  - 7、夕会纪要
  - 8、厅堂客户识别标准与客户引导实施要点

## **五、营销技能——客户引导与需求挖掘**

- 1、活动营销
- 2、微信营销
- 3、沙龙营销
- 4、社区营销
- 5、外拓营销
- 6、借势营销
- 7、情感营销
- 8、整合营销

## **七、营销管理**

- 1、晨会管理
  - 1) 晨会的意义
  - 2) 晨会如何提升士气
  - 3) 如何开好晨会
  - 4) 晨会流程
- 2、服务营销互动激励方法
  - 1) 网点互动沟通八大手势
  - 2) 便签激励
  - 3) 喜报的使用
  - 4) 网点营销计划与成果榜