

---

# 银行：柜面服务营销与客户关系管理

## ➤ 课程收益：

旨在让一般柜面服务营销人员通过掌握基本的市场营销理论知识，增强危机和竞争意识，同时掌握基本的接待、服务礼仪、商务沟通技巧与营销技巧；使银行客户经理学会大客户的公关技巧和卓越的客户关系管理，以此提升客户满意度与忠诚度促成销售业绩的全面提升。

## ➤ 授课时间：

2天（每天6个小时）

## ➤ 课程大纲：

### 第一讲、金融企业营销观念的转变

加入WTO后我国金融企业面临的机遇与挑战

金融企业的营销要素组合

谈我国几大银行的按需应变能力

商家导向变顾客导向--“4Ps”向“4Cs”的转变

柜面营销人员的角色定位（首先定位于服务员）

### 第二讲、金融企业的服务营销

服务营销高于产品营销

银行服务营销的定义

银行服务营销的目的

银行服务营销的特点

银行服务营销的原则

### 第三讲、柜面营销人员的自我要求

拥有正确的服务态度与营销理念

建立良好的客情关系

明确首印效应的重要性

具备理想的柜员形象

掌握良好的沟通技巧

### 第四讲、沟通礼仪的分类及表现形式

柜面营销人员应有的沟通礼仪

语言沟通礼仪的要求

无声的肢体语言与有声的文字语言配合得当

微笑给企业和个人带来效益

时刻聆听是礼仪修养的充分展现

### 第五讲、倾听的艺术

倾听的重要性

“8020”法则在倾听中的运用

耳听、眼到、心到，辅以行为和态度

听出客户的潜在需求

积极倾听满足客户的宣泄欲望

### 第六讲、处理顾客异议的技巧

99%的矛盾是由误会造成的

有异议的顾客是好顾客

---

战胜顾客等于失去顾客

不直接否定对方的观点

解决异议的三种沟通模式

### **第七讲、优质服务要点**

语言优质服务和行为优质服务

语言细节+仪表细节+操作细节=优质

言行规范+流程规范+表格规范=服务

细节+规范=优质服务

服务质量的五大差距模型分析

### **第八讲、维系顾客的服务与跟踪**

顾客满意与顾客成功

传统营销赢得客户

关系营销拥有客户

服务利润链的要素展示

满意的顾客会给我们带来什么

### **第九讲、卓越的客户关系管理**

《二五〇定律》的浅析与运用（花旗银行案例分析）

客户服务中的附加价值

如何划分重点客户

如何建立客户资料卡

什么是卓越的客户关系管理

客户关系管理 CRM 模式在银行业的运用

— 总结回顾 —

**备注：**可以结合企业的行业特点和培训对象培训需求，制作一份企业针对性的培训方案。