

网点服务营销创新与管理

中国银行业竞争日趋激烈；银行网点已不仅仅是银行形象和服务的窗口，更是终端营销的主战场，各银行纷纷提出了由交易结算型网点向服务营销型网点转型，这不仅仅是对传统观念的冲击，更是对构建网点服务营销体系和提升网点绩效的挑战！

培训目的：

- ◇ 明晰网点转型的战略意义和构建服务营销型网点的方法；
- ◇ 提升网点转型必备的服务、营销、现场和人员管理技能。

培训课时：

12小时

培训对象：

银行支行长、网点主任

课程概要：

第一部分、服务营销型网点的特点

- 1、讨论：银行网点为何必须转型
- 2、网点转型的特点：减高增低--不仅仅是环境变化
- 3、网点转型的重点

网点分类、功能分区、业务分流、客户分层、全员营销

- 4、网点转型后：物理条件、服务流程、营销流程的变化

第二部分、服务营销型网点的服务管理

- 1、服务的流程化、标准化、规范化
案例：某行各岗位的服务标准
- 2、服务质量的检查方法
工具：各岗位服务标准化检查表
- 3、硬服务 VS 软服务
- 4、员工服务意识和服务技能的提升方法
晨会、周例会、训练、督导、检查……

案例：某行的激情晨会

第三部分、服务营销型网点的现场管理

- 1、网点现场的布局与动线设计
案例：现场布局差异图片
- 2、如何营造网点现场氛围

- 3、网点现场如何做好营销陈列
- 4、网点现场的 6S 管理
- 5、6S 管理如何达到长效直到常态化？

第四部分、服务营销型网点的营销管理

1、网点区域市场分析方法

思维导图：区域市场有哪些潜在客户？

2、网点场内营销的开展

- (1) 大堂经理识别转介
- (2) 柜员顺势营销/一句话营销
- (3) 客户经理交叉销售/电话营销
- (4) 公司业务和个人业务的联动

3、网点场外营销的开展

案例：某银行开展的社区营销活动

案例：某银行的五进活动

案例：某银行的 POS 机和特约商户营销

4、网点的客户关系管理

客户分级和差异化维护活动

提升客户贡献度的方法

休眠客户的激活 VS 异动客户的挽留

讨论：如何提高黏度、降低客户的流失率？

第五部分、服务营销型网点的人员管理

- 1、网点管理的核心：人员管理
- 2、目标管理的重点：目标分解--千金重担大家挑、人人头上有指标
- 3、过程管理的重点：网点人员的 OJT 辅导方法
- 4、绩效管理的重点：量化--以结果为导向、以提升绩效为目标
- 5、如何有效激励网点员工？