

《大堂经理现场管理与主动营销》

主讲：韩梓一

【课程背景】

今天，互联网让全世界的银行格局已经发生了翻天覆地的变化，2014年，互联网银行、直销银行已经成为各家银行推出的创新业务，客户的习惯也随着互联网在改变。如今，走进银行的客户在不断地递减，如何能让走进网点内的客户无论从服务，还是产品体验上带来更多的惊喜，银行的大堂经理起着决定性的作用。

在本课程中，你将认识到树立以客户为中心的意识，培育一个注重客户服务的环境会如何影响组织的利润率、增长速度和市场信誉。你还将了解到，一个网点成败的关键点就是大堂经理。

【课程收益】

- 🌈 重新认识银行网点营销工作
- 🌈 提升大堂经理客户识别与营销沟通技能
- 🌈 掌握客户需求分析、产品销售、异议处理技巧
- 🌈 提升综合营销绩效。

【课程时间】 1-2 天

【课程对象】 大堂经理

【授课方式】

课程讲授—Lecture 案例分析—Case 角色扮演—RP 分组讨论—GD
游戏体验—Game 情景测验—Test 影音资料—Video 教练提问—Question

【课程大纲】

第一单元 网点服务营销概述

本单元内容让学员掌握今日的大堂经理转变思维、观念已迫在眉睫，如今的大堂经理已是银行网点成败的关键。

一、优秀网点服务营销具备的特质

1. 网点营销的目的

- ◇ 客户流失的原因

2. 大堂经理工作的重要性

- ◇ 大堂经理是网点营销工作的发动机与中转站

3. 大堂经理岗位职责

- ◇ 业务准备、信息咨询
- ◇ 合理的分流、疏导客户
- ◇ 识别客户需求
- ◇ 为客户提供服务
- ◇ 数据统计信息反馈
- ◇ 构建和谐大堂

二、银行业营销的特点

1.概念

2.销售行为

3.销售行为的有效性

三、现代商业银行网点销售模式

1.客户导向型营销模式

◇ 针对高价值公司客户、高端客户

◇ 针对普通客户

2.营销的主要作业形式

◇ 产品：以产品为中心的业务开拓

◇ 关系：以关系为中心的多重营销

◇ 需求：以需求为中心的关系营销

四、大堂经理应具备良好的心态

第二单元、客户分析与产品对接

本单元内容让学员掌握知己知彼、明确清晰的客户分析是银行营销的基石。

一、客户类型分析

1.按照年龄结构分

2.按照收入结构分

3.按照风险类型分

4.按照投资时间分

二、客户识别及营销时机

三、产品与客户对接

1.银行产品结构层次分析

2.不同银行产品营销重点

3.大堂经理的需求判断

眼观六路、耳听八方，尽可能的获取信息

大堂经理应尽可能的多创造客户与理财经理见面机会

第三单元、网点现场主动营销

本单元内容让学员掌握目标创造格局，态度决定成败，行动带来收获！

一、取得客户的信任

1、寻找共同话题----运用线索开启对话

◇ 开场八大切入点

◇ 站相迎，笑相问，礼貌接，及时办，巧推荐，提醒递，目相送

2、巧用赞美技巧

◇ 赞美一定要贴切

◇ 赞美一定要真实

◇ 赞美一定要具体

如：今天你的发夹很漂亮，今天你的唇线很美，今天你的睫毛很亮，今天你

衣服的 袖扣很漂亮，所有的赞美越具体越好

◇ 赞美要发自内心

◇ 赞美对方的优点

3、聆听的技巧

4、客户利益至上

◇ 信任+利益=关系

◇ 如何与客户建立互信关系？

二、挖掘客户需求

1、需求挖掘的三个层次

◇ 现实：唤起客户对现状的认识

◇ 需求

◇ 理想：让客户了解能获得哪些改善

2、让客户产生想要的欲望(促发客户认同本行产品和服务可以解决他的问题

和需求满足)

- ◇ 唤起客户对现状的认识
- ◇ 让客户了解能获得哪些改善

3、提问式挖掘法

- ◇ 背景问题
- ◇ 难点问题
- ◇ 暗示问题
- ◇ 需求--效益问题

◆ 客户异议处理

1、什么是客户异议

- ◇ 客户异议是您在销售过程中的任何一个举动，客户对您的不赞同、提出质疑或拒绝。

2、异议的种类

- ◇ 有三类不同的异议，您必须要辨别。

真实的异议：真是反应客户不满的原因

假的异议：不愿触及成交，想争取更大的优惠

隐藏的异议：指客户并不把真正的异议提出，而是提出各种真的异议或假的异议

3、客户异议产生的原因

- ◇ 客户的原因
- ◇ 客户经理本人的原因

4、处理客户异议的原则

- ◇ 事前做好准备
- ◇ 选择恰当的时机

5、客户异议处理技巧

- ◇ 理解、认同客户，给予客户尊重（你就是客户）
- ◇ 进行合理解释，让客户放心

三、促成成交

1.客户购买的心理及客户经理的营销过程

2.....

第四单元 客户关系维护

本单元内容让学员掌握建立长期信任的合作关系是业绩可持续健康发展的前提。

一、优化客户关系

1、巩固销售行为

- 2、把客户当成朋友,随时保持联系
- 3、关注客户购买的产品
- 4、不断提供新的资讯和产品服务
- 5、争取转介绍
- 6、记住关键客户
- 7、重视客户的反馈和不满,及时处理抱怨,化解矛盾.

二、客户维护方法

.分层维护：

- ◇ 重点客户、一般客户、次要客户

2.多渠道维护：

- ◇ 短信、网络、电话、网点服务

3.超值服务：

- ◇ 情感维护、先进理念科技、知识、顾问、专家