
大堂经理联动营销技巧

教学对象：大堂经理

教学目的：

立足网点营销转型背景，结合联动交叉营销流程，在客户分流等多环节中有效捕捉营销机遇，提升业绩。确保在改变学员理念的同时更使其掌握一些马上可付诸实践的方法！

教学手段：多媒体案例教学+团队研讨+情景演练

教学时间：2天

教学大纲：

一、客户动线与联动营销流程

1、“峰-终理论“与一体化营销”

- 网点营销关键时刻（MOT）
- 客户动线与营销岗位协同

案例：拆迁户李女士

2、客户动线起点—正门

- 客户分流
- 预受理
- 大堂经理一度营销（客户识别技巧）

案例：为孙儿开户的老大爷

3、客户动线中段

- 休息区—大堂经理二度营销（顾问式销售技巧）
- 自助区—大堂经理二度营销（体验式销售技巧）

案例：过号的王先生

4、客户动线终点—正门

- 大堂经理三度营销（一句话销售技巧）

案例：临出门的电话

二、客户识别

1、“一看二问三验证”

- 外表识别（“看”）
- 沟通识别（“问”）
- 系统识别（“验”）

案例：抱怨的客户

2、个人客户分析

- 大众型
- 精英型
- 时尚型
- 尊崇型

案例：拌嘴的夫妇

3、家庭客户分析

- AB一族
- 三口之家
- 三代同堂
- 空巢家庭

案例：退休高管王先生

三、销售技巧

1、“一句话销售”

- 价格卖点（私心）
- 个性卖点（好奇心）
- 品味卖点（虚荣心）
- 时空卖点（恐惧心）
-

案例：陈小姐的信用卡

2、“顾问式销售”

- 以问代讲
- 需求挖掘
- 产品呈现
- 异议处理

-
- 销售促成
- 案例：倔强的陈总

- 3、“体验式销售”
- 设备与道具辅助
 - 客户关怀
 - 引导参与
 - 情境构建
 - 激发共鸣
- 案例：吞卡的王先生

四、综合情景演练