

智能网点标准化管理

课程对象：支行长、网点负责人

课程收获：衔接《中国银行境内分行网点服务销售流程手册 2.0 版》由 2012 版至

2014 版的演进，针对智能化新环境下网点服务营销综合管理的关键环节、关键

标准予以整合，着力于效能提升！

课程时长：2 天

课程纲要：

一、《2.0 手册》从 2012 到 2014

1、传承的是什么？

- ◇ 岗位联动
- ◇ 条线联动
- ◇ 区域联动

2、演进的是什么？

- ◇ 智能化
- ◇ 动线化
- ◇ 体验化

3、网点负责人 11 项岗责

二、服务销售管理流程

1、“四常会”标准

- ◇ “四常会”的内在关联与区隔
- ◇ “四常会”口诀化标准

2、“两确认”机制

- ◇ “日清日结”的新要素
- ◇ “岗位协作”的新指标

三、过程管理 12 项标准

1、厅堂协作管理

- ◇ 大堂经理（首席）传统与新晋职责“3+3”
- ◇ 大堂助理（离柜）“四合一”
- ◇ 厅堂三大岗位的协作

2、营销氛围管理

- ◇ 智能终端的“软性重组”
- ◇ 六类展陈的标准与误区

3、客户动线管理

- ◇ 贵宾预约客户的体验动线
- ◇ 普通预约客户的体验动线
- ◇ 特定邀约客户的体验动线

4、绩效提升管理

◇ 八项客户资源指标

◇ 三类员工绩效辅导

5、专项活动管理

◇ 集客体验营销

◇ 外拓定向营销

◇ 异业跨界营销

四、智能型网点管理经验分享与沙盘演练