

《完美银行客户体验》

课程背景：

随着外资银行的不断进入，国有银行的深化改革，银行业的竞争越来越激烈，服务成为银行竞争的核心能力之一。

目前银行服务的现状是：银行员工还没有把自己定位于银行业服务人员。大家一般都具备银行业务知识和内部操作的本领，却较少懂得待客之道和服务技巧。员工是在做业务，而不是做服务，在这种心态下，大家往往忙于操作手头业务，关注自己的熟客。当客户前去办理业务时，往往会发现柜员要么表情严肃机械地叫道：“下一位”；要么在低头忙于手中的业务，不理人。很少像其他服务行业员工那样主动热情，微笑迎客。

一线服务人员的工作，实际上是客户体验银行服务质量好坏的关键点，这将直接决定客户对银行服务质量的评价。因此一线服务人员的服务意识和水平，将直接影响到客户对银行的满意度与忠诚度，将直接影响品牌的形象和利润。

本课程专注于学员行为的改变，并通过培训和服务案例这种专业平实的方式将服务行为中的关键问题与学员分享，使学员深刻认识到：和客户打交道时怎样的行为方式最符合职业要求、最有效；任何偏见或针对个人的方式都应该被禁止，应该让我们的客户有一种轻松愉悦的客户体验，从而提升客户的满意度与忠诚度。

课程目标：

- 1.提升银行员工的服务意识，理解提升客户满意度的关键指标
- 2.正确认识服务行为的重要性，将在工作中有意识的选择自己的服务行为
- 3.意识到自己的哪些服务行为是妨碍业务发展的，并在以后的工作中杜绝此类行为
- 4.意识到哪些服务行为是促进业务发展的，并在以后的工作中有意识的运用这些行为
- 5.建立营销也是银行服务的重要项目意识，提升银行商品（业务）的销售技巧
- 6.制定一份帮助提高在将来的业务发展过程中行为技能的行动计划

课程特色：

- 1.直接关注学员行为的改变
 - 2.理顺学员对服务行为的看法和想法
 - 3.了解哪些行为能够促成业务发展，哪些行为会妨碍业务发展
 - 4.制定一份行动计划去提高将来在业务中的行为技能
 - 5.通过实际案例及研讨震撼学员心灵，提升培训效果
 - 6.把服务行为不好的情况与后果做为案例，使学员意识到服务中错误的行为及其带来的不良后果，给学员以震撼
 - 7.把好的服务行为案例给学员做出对比，为学员的行为改变树立标杆
- 1.使用来自一线银行办理业务的服务案例，贴近学员日常工作
 - 2.精选来自一线的服务案例，由学员现场分析
 - 3.贴近学员现实工作，帮助学员在工作中形成良好的行为习惯

课程对象：银行的一线服务人员

课程形式：

讲授、启发式、互动式教学、小组讨论、案例分析、练习

课程时间：1天

课程大纲：

绪言：服务的价值

1、什么是卓越的客户服务

2、卓越服务的价值

1.客户满意带来客户忠诚

2.客户忠诚带来持续利润

第一单元：关注客户体验

1、客户满意与客户忠诚

a.客户满意度的衡量标准

b.客户的期望

c.客户的体验

d.客户满意度的衡量模型

e.客户忠诚度

f.忠诚的客户是银行持续经营的基础

g.银行客户忠诚的层次

h.自我分析：我的客户处于哪个忠诚层次

2、创造完美客户体验

a.客户对服务的感知源自客户的客户体验

b.服务行为创造客户

第二单元：服务行为的概述

1、服务行为创造客户体验

a.自我问卷分析：行为问卷测试

b.我们的行为直接创造了客户对我们服务的体验

2、服务行为概述

a.案例分析：行为的魔力

b.服务人员对行为的看法和想法综述

第三单元：服务行为的魔力

1、行为促成行为

a.案例分析：服务人员的不同行为

b.小组讨论：服务人员的行为如何影响客户的行为

c.行为促成行为

d.客户对服务人员表现出来的行为会做出相应的反应；

e.客户对服务人员表现出来的积极行为会做出积极的反应；

f. 客户对服务人员表现出来的不适当的行为会做出消极的反应；

2、行为是可以选择

a. 案例分析：犯错的服务人员

b. 小组讨论：服务人员的选择瞬间

c. 服务人员的主动积极

d. 行为并不是固定的，它是一个变量

e. 根据实际情况选择适当的行为是至关重要的

f. 行为的选择并不是一件很难的事

g. 行为的选择是一个与意识和修养有关的问题

3、你的某些行为会妨碍业务发展

a. 案例分析：冷漠的柜台人员

b. 人们在有压力的情况下表现出来的行为缺乏理智

c. 情绪化的反应会使情况变得更糟

d. 小组讨论：我们的哪些行为阻碍了业务发展

4、运用你的行为促成业务的发展

a. 案例分析：积极的服务人员

b. 做出适当的反应能够迅速取得令人满意的效果

c. 我们可以通过适当的行为去促进短期和长期的业务关系

d. 小组讨论：我们的哪些行为可以促进业务发展

f. 服务人员良好行为的五个 KPI 指标

g. 有形度

h. 专业度

i. 同理度

j. 反应度

k. 信赖度

5、行为是可以被表达出来的

a. 口头方法：通过言谈

b. 视觉效果：通过肢体语言

第四单元：加强营销意识创造服务

1、什么是营销？银行为什么要营销？

2、应该建立哪些营销的心态

3、银行商品（业务）的营销技巧

总结

1、课程内容总结

2、行动计划拟定