

# 《银行营业厅现场管理与服务营销技巧》

(课时：3天18小时)

李大志讲师

## 课程背景：

金融业的全面开放，外资的全面进入，对银行业既是挑战也是机遇。中国金融业要在短时间内完成转型，建立起符合国际的经营模式，缩小同外资银行的差距——培训是提升银行竞争力的最佳手段之一。实践证明，专业借助外部师资和成功的培训模式成为增强银行竞争力的有力保障，也是最有效的，最直接的，并为银行界所认同。学习的根本目的是为了提高全员的个人素养和综合素质，增强服务意识，完善形象，创造亲和力，增加银行的市场竞争力，观念的改变，绩效的提高，问题的解决。银行的产品，营销策略是很容易被竞争对手模仿，服务是产生差异的主要手段，面对市场竞争，仅仅在服务技巧上下功夫也还不够，现代科学服务要求每一个银行员工在具体对客户服务过程当中，能掌握服务话语权，能主动地贴近和引导顾客接受服务。这其中核心就是每名银行员工要掌握基本的待客沟通技巧。在服务中沟通，在良好沟通中去作好服务！

## 第一部分：服务篇

培训对象：大堂经理，窗口服务人员，一线服务人员

培训大纲

### 第一讲 服务

- 1、服务礼仪
- 2、一线员工窗口规范化服务
- 3、服务与修养的基本准则
- 4、营业场所的要求
- 5、营业服务仪表规范
- 6、营业服务语言规范
- 7、服务意识
- 8、反思工作心态
- 9、服务情形实地调研总结

### 第二讲 教养体现素质，素质体现细节

- 1、规范服务
- 2、科学服务

- 3、优质服务
- 4、礼貌服务
- 5、热情服务
- 6、3A 规则

### 第三讲 优质客户服务的四个基本阶段

- 1、接待客户
- 2、理解客户
- 3、帮助客户
- 4、留住客户

### 第四讲 专业篇

- 1、个人礼仪
  - (1) 个人卫生 (2) 认识自己
- 2、专业形象之服饰特色
  - (1) 对西装的认识 (2) 西装和领带的搭配
  - (3) 男性职业装 (4) 女性职业装
- 3、见面礼仪
  - (1) 介绍 (2) 握手 (3) 递接名片 (4) 电话礼仪
- 4、服务礼仪
- 5、办公礼仪
  - (1) 向领导汇报工作的礼仪
  - (2) 处理公文的礼仪
  - (3) 公务拜访的礼仪

### 第五讲 职业道德

- 1、职业道德的定义
- 2、职业道德的特征
- 3、职业道德的核心
- 4、职业道德的原则
- 5、职业道德的内容
  - (1) 文明礼貌，爱岗敬业
  - (2) 诚实守信，办事公道
  - (3) 勤劳节俭，遵纪守法
  - (4) 团结互助，开拓创新
- 6、银行职员在服务过程中职业道德具体表现

### 第六讲 团队精神的培养

- 1、团队氛围如何创建
- 2、创建一个吸引客户的团队
- 3、凝聚力
- 4、团队中的优秀领导者形象

### 第七讲 综合素质

- 1、积极的态度
- 2、认同客户感受
- 3、态度决定一切

### 第八讲 客户服务与服务技能

- 1、满意服务与感动服务的区别

- 2、优质服务意识
- 3、抓规范服务，树特色品牌
- 4、银行到底能够提供什么样的产品和服务
- 5、银行客户排队问题出在哪里
- 6、客户投诉处理
- 7、客户抱怨与投诉心理分析
- 8、处理程序与技巧
- 9、如何观察和预测顾客
- 10、如何拉近与顾客的关系
- 11、如何引导顾客及利用身体语言
- 12、如何平息顾客的不满
- 13、克服顾客服务综合症
- 14、服务环境的构建，满意服务的形成标准

### 第九讲 有效沟通

- 1、沟通的种类与方法
- 2、什么是沟通
- 3、工作沟通技巧
- 4、认识服务沟通
- 5、掌握银行团队成员之间与客户之间有效沟通技巧
- 6、决定服务的关键——如何与顾客沟通

## 第二部分：营销篇

如果你想了解：

为什么有的人总能销售成功而有的人不管怎么努力总是难以成功？

在没有社会关系、人际资源的情况下到哪里去找客户？

与陌生客户对象初次接触时如何发展关系、赢得对方的信任？

在客户对象缺乏兴趣的情况下如何激发他/她的兴趣？

在客户对象提出种种理由来搪塞、推辞的时候，可以如何来应对？

**培训对象：网点主任，大客户经理，客户经理**

### 课程大纲

#### 第一章：金融投资产品的销售特点。

需要避免的错误销售观念——成功销售人员的秘密。

金融投资产品销售与其他产品销售的区别。

金融投资产品销售的“四个基本原则”。

#### 第二章：金融投资产品的销售流程。

如何确立金融投资产品的好处。

客户在投资理财中通常会面临哪些需求。

不同的金融投资产品分别能够满足什么需求，提供什么好处。

如何发现潜在客户线索。

可以通过哪些途径去发现客户线索。  
如何请别人给你介绍客户线索。  
如何通过讲座形式发现客户线索。  
如何赢得客户信任、建立客户联系。  
如何打陌生电话。  
如何与客户初次见面时交流。  
如何引发客户的交流兴趣。  
如何发现客户面临的问题。  
如何引起话题以发现客户潜在的需求。  
如何使客户加深兴趣，愿意向你进一步地介绍情况。  
如何针对客户的谈话进行提问、深入了解情况。  
如何激发客户需求。  
如何使客户体会到当前所面临问题的重要性。  
如何使客户体会到问题解决后可以得到的好处。  
如何提出金融投资产品的解决方法。  
如何使客户了解到解决问题的方法。  
如何使客户相信你所推荐的金融投资产品能够解决问题。  
如何推动客户采取行动。  
客户可能会提出哪些障碍。  
产生这些障碍的原因是什么。  
可以如何来应对这些障碍。  
如何兑现对客户的承诺、发展终身客户。  
销售完成后应该如何做好跟踪服务。  
出现问题时可以如何应对。

### 第三章：金融投资产品的销售实施。

如何利用我们所提供的表格工具制定销售工作计划。  
如何利用我们所提供的表格工具评估自己在各个销售环节的表现，发现问题，不断提高。

### 第四章：金融销售顾问的职业化

- 市场对金融销售顾问的需求有哪些？
- 强烈的企图心是金融顾问不断成长的推动力
- 金融顾问如何做好自我激励与激励他人
- 金融顾问职业化的态度

### 第五章：我们的大客户在哪里？

- 练就一双寻找与发现大客户的慧眼
- 如何访问与接近大客户对象

### 第六章：如何成为大客户的金融顾问

- 成为顾问的三个条件
- 成为顾问的重要条件——信任感

### 第七章：大客户真实的需求在哪里？

- 大客户真正想要的——需求调查分析
- SPIN-顾问式销售深入需求探究
  - S 情境型问题如何更加有针对性
  - P 问题型问题如何挖掘

- I 内含型问题如何深入
- N 需要型问题如何展开
- 运用 SPIN——顾问式常见的注意点
- 案例模拟:用 SPIN——顾问式来设计我的产品

#### 第八章：大客户的销售策略

■ 大客户的销售准备

■ 大客户的促销策略

#### 第九单元 大客户管理与客情维护

■ 打造客户合作关系的铁链

■ 高度重视大客户档案

■ 服务承诺与忠诚大客户的建立

■ 大客户关系维护

## 第三部分：现场管理篇

银行营业网点作为银行最基本的机构，是直接对外办理业务的窗口，与群众的关系最密切，员工的一举一动，都毫无保留地看在客户的眼里，它关系到银行品牌的推销和形象的树立，所以营业网点在银行经营过程中占有十分重要的地位。网点服务品质的高低在很大程度上影响着银行的美誉度。提高银行网点的客户服务水平，提升网点主任的管理能力。

**培训对象：** 网点主任，大堂经理，营业厅主任

### 第一单元：银行营业厅的定位及角色定位

#### 课程提纲

1. 客户期望的变革
2. 银行营业厅的变革及定位

### 第二单元：角色认知

#### 课程提纲：

1. 360 度评估
2. 文件测试
3. 网点主任差劲 - 达标 - 优秀 - 卓越的四个标准

### 第三单元：网点现场管理运营艺术

#### 课程提纲：

1. 高效工作规划（模块分享：时间管理与事件管理相结合）
2. 如何召开一个充满激情的营业前和营业后会议？
3. 网点客户管理与关怀技巧（网点服务质量监测与改进）
4. 外资银行的网点排班技巧、交接班技巧
5. 如何交接班而不影响客户服务？
6. 银行网点 - 客户分流技巧，网点内部分流技巧
7. 突发事件管理(案例研讨)
8. 网点巡视的技巧和工具运用(环境管理、设备管理与人员管理)
9. 网点数据分析，经营分析技巧

## 10. 银行理财业务的交叉销售管理技巧

### 第四单元：员工管理技巧

#### 课程提纲

1. 与员工、上司的沟通技巧
2. 如何激励、评估员工工作的技巧
3. 如何激活团队活力？
4. 银行网点快乐团队建设的有效方法