

《银行呼入主动营销能力提升训练》

一、课程介绍

课程收益：

- 明确服务与销售相辅相成的关系，学会以服务促销售；
- 积极营造良好的电话主动服务营销心态，严格遵照服务规范和服务礼仪进行电话服务；
- 提升自身的电话沟通技巧，为服务营销奠定良好的基础；
- 掌握客户呼入时心理及客户类型分析，针对不同类型的客户要采取不同的应对方法；
- 掌握客户信息和客户需求的挖掘方法，通过多种技巧对不同类型客户进行深度需求挖掘；
- 借助典型某银行业务卖点分析和话术拟定，运用不同的产品推荐技巧完成产品推荐；
- 学会当客户拖延、拒绝或产生异议时的应对方法，并能够继续顺利进行产品销售；
- 掌握产品销售的促成技巧，有效达成销售的目标。

授课对象：银行客服中心客服代表

授课方式：采用讲师讲述、案例分析、分组讨论、互动答疑、情景模拟演练、工具拟定等方式

授课时长：2天/期（12小时）

课程纲要：

内容	教学方式	时长	目的
第一部分：呼入式主动营销准备工作			
明确服务与营销之间的关系 没有销售，为谁服务？ 没有服务，怎么做销售？ 服务与销售相结合 以服务促销售	讲师讲授	0.5小时	明确服务与营销关系，学会更好的以服务促销售
塑造电话主动服务营销积极心态 服务心理：客户至上 服务关键：关怀备至 重新定义客户为尊的拒绝模式 客服人员优质服务成功路标 每个电话给自己带来的价值 塑造电话中为客户创造价值的优势心态	讲师讲授	0.5小时	塑造积极的主动服务营销心态
电话服务规范和服务礼仪	讲师讲授	1小时	掌握规范化的

内容	教学方式	时长	目的
电话服务礼仪的基本原则 接听电话的礼仪程序与技巧 打电话的礼仪程序与技巧 某银行录音分析：亲和力模式的标准化服务	案例分析 模拟演练		电话服务的规范和礼仪，提升客户感知
电话沟通表达能力训练 电话沟通表达技巧 <ul style="list-style-type: none"> 电话沟通的规范性 电话沟通的文明性 电话沟通的技巧性 电话中以规范为依托的文明技巧型沟通 影响电话沟通的四个因素 语言组织技巧 <ul style="list-style-type: none"> 电话中以客户为中心的同理心解释 通过语言交流表达同理心的艺术技巧 积极措词与消极措词的影响力 鼓励客户的技术：婉约赞美的交互式运用 	讲师讲授 录音分析 案例分析 模拟演练	1小时	提升电话沟通能力，为电话服务营销奠定良好的沟通基础
第二部分：呼入式主动营销的流程与技巧			
呼入客户心理及客户类型分析 呼入客户心理分析及应对技巧 <ul style="list-style-type: none"> 业务咨询 业务办理 倾诉发泄 问题投诉 呼入客户类型分析及应对技巧 <ul style="list-style-type: none"> 胆汁质类型 多血质类型 粘液质类型 抑郁质类型 	讲师讲授 方法练习 录音分析 案例分析	1小时	对呼入客户的心理和客户类型进行分析，针对不同的客户采取不同的应对技巧
客户信息收集与需求深度挖掘 客户冰山模型——不满及需求点分析 高效收集客户需求信息的方法 <ul style="list-style-type: none"> 提问技巧 <ul style="list-style-type: none"> 请求提问的技巧 前奏技巧的使用 	讲师讲授 方法练习 录音分析 案例分析 模拟演练	2小时	掌握客户信息收集和客户需求深度发掘技巧，更好的发掘客户需求，以便为客户提

内容	教学方式	时长	目的
反问技巧的应用 纵深提问的技巧 提问后保持沉默 倾听与分析技巧 “回应”的技巧 “澄清”的技巧 “确认”的技巧 听客户“语气”获得信息 听客户“环境”获得信息 高效引导客户需求的方法 SPIN 技巧 高效引导技巧 顾客购买潜力、购买意愿分析技巧 影响顾客决定的核心购买条件分析 不同类型客户的需求探寻技巧 “专业型”客户 快速查看客户的订购记录 快速确认客户的需求 “非专业型”客户 通过开放式询问将需求具体化 通过“为什么”将需求“清楚化” 利用封闭式询问确认客户需求			供相应的业务和服务
产品推荐呈现与话术拟定 影响产品呈现效果的三大因素 产品呈现的语言：品牌文化、功效描述、产品价值分析 产品呈现的方式：刺激式、视觉化、体验式、案例式、实验式 产品呈现时的态度、情绪和信心 产品推介的三大法宝 例证与数据证明 客户见证 客户转介绍 不同情况下的产品推荐	讲师讲授 方法练习 录音分析 案例分析 模拟演练 工具拟定	4.5 小时	掌握电话中的产品推荐技巧，针对不同客户或不同情况，为客户进行有效的产品推荐

内容	教学方式	时长	目的
<p>完全可以满足客户需求的情形</p> <ul style="list-style-type: none"> 产品介绍的法则 保留一个产品的卖点以备用 利用询问确认客户的意见 <p>不能完全可以满足客户需求的情形</p> <ul style="list-style-type: none"> 找出满足客户最关心的需求的产品 确定产品最具有优势的 FABE 保留一个产品的卖点以备用 引导客户接受所推荐产品的技巧 利用询问确认客户的意见 <p>某银行业务卖点分析和话术拟定（具体业务根据调研确定）</p> <ul style="list-style-type: none"> 业务与营销政策介绍话术组织的层次感与基本框架 焦点联动系列产品特征描述及销售话术 日日金系列产品特征描述与销售话术 安心回报系列产品的销售话术 新股申购系列产品的销售话术 某银行进宝系列产品的销售话术 A 股掘金系列产品的销售话术 海外寻宝系列产品的销售话术 			
<p>客户异议处理</p> <p>客户拖延的处理技巧</p> <ul style="list-style-type: none"> 表示了解客户的想法 重新介绍产品对客户的好处 介绍保留的“卖点”和“好处” 尝试要求客户下订单 <p>客户拒绝的处理技巧</p> <ul style="list-style-type: none"> 表示了解客户的想法 提问找到拒绝的原因 针对顾虑有针对性处理 尝试要求客户下订单 处理客户价格异议的方法 <p>客户异议的处理技巧</p> <ul style="list-style-type: none"> 先处理情绪，再处理事情 	<p>讲师讲授</p> <p>方法练习</p> <p>录音分析</p> <p>案例分析</p> <p>模拟演练</p>	<p>2 小时</p>	<p>学会当客户在电话中拖延、拒绝或是产生异议时的处理方法，并能够进一步进行业务销售</p>

内容	教学方式	时长	目的
让客户有机会冷静，在谈事情细节 表示同理心，争取客户认同 如果公司没有错误，立场就必须坚定，口气必须软 如果需要升级处理，按流程往上递交 清楚告知客户后面的处理流程，稳定客户情绪			
电话营销促成技巧 假设成交法 视觉销售法 心像成交法 总结缔结法 对比缔结法 请求成交法	讲师讲授 方法练习 模拟演练	0.5 小时	掌握有效的电话营销的促成技巧

备注：课程内容会按某银行的具体需求及调研结果进行调整！