

## 课程名称：《银行大堂经理的服务营销篇》

主讲：燕晓松老师 6-7 课时

课程对象：银行大堂经理，

### 课程收益：

对内从大堂经理的角色认知开始，对外从顾客进门的一刹那，甚至还没有进入银行开始，通过本课的学习，使得学员能够掌握在银行大堂营销方面的知识和技能，对一线银行网点的业绩提升有所帮助。

课程人数：100 人以内，40 人最佳

### 课程大纲/要点：

作为银行最先接触客户的人员，应该做什么？讲什么？现在的银行就像一个小型超市，一个大堂经理的工作职责不仅仅是热情接待、接受咨询、引导秩序等，还要肩负起推介各种金融产品、为客户提供专业的理财方案、应对突发事件处理等重任。

#### 找准你的目标客户群

什么是“门当户对”，把有限的资源投入到有限的为人民服务中

年龄相配、地区相配、背景相配、有诚信、有素质：高学历、高职称…

大堂经理需要向客户推荐的产品都有什么？存款？贷款？基金？保险？信用卡？

…

## 银行大堂营销工作的原则

大堂经理进行营销工作的三个原则

银行大堂营销的最高境界是什么？与其他有形产品销售的区别体现在哪里？

客户在进入你银行之前就有了一定的判断标准是怎样形成的？

是不是所有的方法都对所有的客户可以百分之百的满意和接受呢？

## 从接受你的客户开始进行接触

进入银行的“客户”，目的都有什么？都是来办理业务的吗？

细致观察客户在有什么反应的时候我们应该提供“帮助”？

你有过这样的动作吗？探照灯，跟屁虫，未见其人先闻其声…

银行大堂经理营销服务的“八字箴言”

有哪些方法可以作为你的“排头兵”呢？

调研？实接？信息？好奇？利益？扬抑？直接？…

案例分析与沙场演练

## 介绍要恰当和准确

有你的产品特征，也有你的产品利益，客户想要的是什么？

满足客户的需求是我们的责任，为什么会流失客户？马斯洛需求理论的应用。

大堂经理介绍银行金融产品的“四大原则”。

案例分析与沙场演练

## 有效的异议预防与突发事件的应对和处理

“异议之山”的形成

聆听、体恤、理清、陈述、要求行动的内涵及相互关系

“无理取闹”的客户，你觉得他是“无理取闹”吗？怎么应对和处理？

案例与沙场演练

## 适时的促成和转介绍

时刻牢记我们的目标是什么？

你是尽心尽力还是全力以赴？猎狗与兔子的区别。

促成信号

亮出你的五把剑，交替相互的发挥作用

时刻树立银行风险防范意识

## 案例与沙场演练