

智慧厅堂——大堂经理服务营销技能提升

课程背景：

说起厅堂营销大家并不陌生，每家银行都知道厅堂营销的重要性，无论是“大堂致胜”还是“赢在大堂”都想将厅堂的营销工作做好。通过多年的努力，银行都培养了大批精通营销的优秀大堂经理。随着近年来金融市场环境发生了深刻变革，银行业务办理渠道越来越电子化、多样化、智能化，目前网点在厅堂营销中遇到最大问题是人员紧张，大堂经理要对客户分流，还要指导填单和各种自助机具的使用，面对各种各样的业务，各种各样的客户类型，如何才能更有效的识别客户，从一对一的客户营销升级为一对多的客户营销方式来满足客户需求，“智慧厅堂”课程是基于大堂经理的角色定位，强化其服务意识的同时，塑造专业的服务形象、掌握专业的营销技能以及厅堂批量开发客户的方式，提升客户服务满意度，实现业绩的提升。

课程收益：

- 清晰定位大堂经理岗位角色，理解服务营销的关系
- 快速分辨客户性格进行有效沟通并进行精准营销
- 掌握厅堂服务营销七步曲，提升职业品质
- 掌握厅堂微沙批量获客的步骤与方法
- 学会银行金融产品的卖点提炼及销售技巧和话术

课程模型：



课程时间：2天，6小时/天

课程对象：大堂主任、大堂经理、大堂助理等

课程方式：重点内容讲授、情景演练、案例研讨、头脑风暴、图片展示、通关

课程大纲

第一讲：大堂经理厅堂服务的意义

一、大堂经理定位、价值

大堂经理是网点的灵魂人物

讨论分享：大堂经理一天这些事？

案例分享：“三起三落”网红大堂

二、厅堂服务的核心

1. 服务促进营销

2. 营销始于服务

头脑风暴：您最难忘的服务经历

三、厅堂客户服务需求

1. 情感需求——马斯洛需求层次理论

1) 生理需求

案例分享：喝水的大娘

案例分析：夜幕下的灯光

2) 安全需求

案例分享：排队引发的纠纷

3) 尊重的需求

4) 被体谅的需求

案例分享：办理一卡通

5) 自我实际的需求

案例分享：我是VIP

2. 事实需求：信息的需求、解决问题的需求、其他

案例分享：两张错误的支票

第二讲：厅堂营销氛围打造

思考：一个客户在银行办理业务时都在哪些地方停留？

一、营销陈列常犯的一些错误

1. 随意摆放

2. 摆放不足
3. 形式单一
4. 宣传品文字过多

看图说话：优劣对比

二、小型宣传物件摆放的位置

1. 取号处
2. 填单台
3. 等候区
4. 办理区
5. 自助区

看图说话：小型宣传物件氛围营销摆放

三、海报与宣传品位置

1. 营业厅门口
2. 大堂经理班台后
3. 客户经过的过道
4. 客户等候区正前方

看图说话：海报与宣传品氛围营销摆放

四、营销陈列的七十二变

1. 简洁陈列的 3 个设计思路
2. 动手设计：产品折页宣传设计热销产品

五、想不到但有效的营销布放

1. 大堂班台与现金柜台下方
2. 楼梯台阶、擦鞋机上
3. 现金柜台拉下来的窗帘

看图说话：参考图片，结合本网点规划位置和设计内容

第三讲：厅堂客户服务营销技巧

一、客户性格分析与沟通技巧

1. 快速判断他人的性格特征

测试：性格分析

2. 学会快速分辨四种性格的方法

视频分享：看电影学性格

3. 情感帐户：人际关系沟通的三大法宝

4. 角色扮演：性格不同方式不同

案例分析：不同性格的沟通方式和处理方法

视频分享：影片赏析

二、厅堂服务营销“七步曲”

1. 站相迎——标准站姿、面带微笑、鞠躬问好

2. 快分流——了解需求、迅速判断、分流疏导

3. 速识别——主动沟通、快速识别、差别服务

4. 简营销——等候告知、产品推送、巧妙推介

5. 缓情绪——耐心倾听、解释安抚、提出方案

6. 助办理——发现需求、耐心指导、协助办理

7. 礼相送——面带微笑、温馨提示、欢迎再来

案例分享：厅堂联动客户的识别推荐

案例分享：客户银行卡遗失后的紧急挂失

三、厅堂微沙“七步法”

1. 厅堂微沙营销的6大好处

1) 有效解决厅堂营销人员少的问题

2) 有效缓解客户等待的焦虑感

3) 筛选意向客户的有效方法

4) 对客户开展金融教育的有效手段

5) 开展多次营销的起点，为柜员与客户经理多次营销做准备

2. 厅堂微沙“七步法”

第一步：开场介绍 言简意赅

第二步：互动破冰 礼品吸引

第三步：产品介绍 侧重卖点

第四步：重点答疑 营销促成

第五步：以点带面 二次营销

第六步：见好就收 礼貌结束

第七步：客户变更 以量取胜

案例分析：厅堂微沙步骤解析

模拟演练：根据网点客户与产品情况，设计厅堂微沙龙的操作流程与话术，并进行模拟演练。

第四讲：巧妙分类的精准营销术

一、医生式精准服务营销“4步法”

案例分析：破解保险营销“开口死”

1. 第一步：搜索——了解病因

情景演练：目的、问题类型、要点、话术练习

2. 第二步：锁定——诊断病情

情景演练：目的、问题类型、要点、话术练习

3. 第三步：撒盐——深挖痛点

情景演练：目的、问题类型、要点、话术练习

4. 第四步：开药——对症下药

情景演练：目的、问题类型、要点、话术练习

案例分析：举一反三成功营销保险

情景演练：以小组为单位，选定产品进行营销话术练习

二、厅堂服务营销精准话术的实战演练

1. 储蓄存款的营销

2. 客户识别与拓展营销

3. ETC 营销话术

4. 产品推介话术

5. 客户挽留话术

6. 柜员索取转介绍话术

头脑风暴：营销思路，卡/大额转账，存折，定期存单，零存整取，定期的工资卡/存折

情景演练：分组现场演练，角色扮演。

通关内容：

1. 休眠客户或流失客户电话激活？

2. 社保卡客户引流存款电话邀约？

3. 大额协议存单进行他行客户策反？

4. 存量客户进行存款营销（首次电话拜访？）

5. 存量客户产品组合（卡+手机银行+大额存单或者定期存单）的介绍过程？

备注：以上课程内容可根据客户实际情况做适当调整。