

打造超能“复联4”团队

——商业银行员工营销技能“装备”提升法

课程背景：

目前网点客户到店量下降日益明显，网点与客户接触的机会越来越少，随着智慧柜员机的上线，网点柜面业务替代率进一步提高，而今天大多数银行在营销环节，重点工作仍然是不断开发新客户，面临的境况是困难大、周期长，且成功率不高。老客户不断流失，新客户增长缓慢，通过厅堂布局、优化劳动组合、最大限度有效利用网点人力资源，投入到中高端客户营销中、拓展价值客户决定了网点未来能够储备的客户蓄水池的深度。

如何最大限度有效利用网点人力资源、借鉴国内银行先进服务营销理念及服务营销方法？打造团队组合营销、掌握“工具”，武装营销能力，提升营销人员“知识装备”，是抄近路取胜的法宝。本课以实际案例及话术为导向，实战性强，可操作性强，效果提升明显，是本课程最大亮点。

课程收益：

- 人员针对性：针对大堂经理、一线营销人员技能提升
- 环境针对性：针对营业厅外环境、营业环境、厅堂动线布局增加触点
- 知识实战性：课程内容让学员听得懂、记得住、用得上、做得到
- 授课训练性：学以致用，情景演练强化知识点记忆；分组学员点评、分享加深理解；老师总结辅导，加快知识吸收
- 授课生动性：寓教于乐，塑造学员喜欢的学习氛围，采用讲授、讨论、案例分析、学员经验分享，等多种培训形式

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：会计主管、大堂经理、银行一线柜员

课程方式：讲师授课、现场演练、案例分析、情景模拟、游戏分析

课程大纲

第一讲：挖壕沟、布战场——优化网点布局

一、复联组合突围大气层：定义客户动线设计，打造营销氛围

1. 银行网点外的停车场
2. 银行的叫号机
3. 客户填单台
4. 客户等候区
5. 办理业务的柜台
6. 理财区域
7. 自助银行区

课堂练习：请你根据知识点设计营业厅动线设计图，并思考易拉宝、宣传品的贴放位置

情景演练：分组画图，合理调整你的营业厅布局

二、技能超强的绯红女巫——柜面服务及营销技能提升

1. 柜面服务“七步曲”
2. 客户识别的方法与技巧
3. 一句话营销术
4. 三句半营销法

情景演练：挑选一个你喜欢的技巧，角色扮演

三、一己之力拯救世界的短发惊奇队长——大堂经理服务营销技能提升

1. 大堂服务“七步曲”
2. 打造服务触点营销
3. 厅堂人员联动营销
4. 客户等待时的营销
5. 厅堂微沙龙营销

情景演练：各组认领一个营销触点，角色扮演，分组对抗

第二讲：古一法师的空间——存量客户影响力

一、一维空间：存量客户重要性

1. 为什么进行存量客户盘活
2. 存量客户的影响力

视频案例：乞丐比银行行长收入高

视频讨论：你遇见过存量客户中的隐形富豪吗？

二、一维空间：存量客户分析

1. 不同休眠客户的原因分析

- 1) 多次不满的客户
- 2) 跟进不到位的客户
- 3) 不了解银行的客户
- 4) 有同业竞争的客户
- 5) 无主动需求的客户

案例：工作日志之一回头率象限百分比表单

2. 休眠客户蕴含无限潜力

- 1) 建立休眠客户数据库，筛选、挖掘潜力客户
- 2) 突破口才是关键

案例：工作日志之一上门回访“炒鸡店”

3. 内外环境因素分析

- 1) 网点变革趋势
- 2) 外部竞争压力
- 3) 客户需求变化

4. 网点员工困惑分析

- 1) 畏惧心态，不敢向客户营销
- 2) 技能不足，不知如何去营销

案例：厅堂微沙龙的复盘访谈

三、觉知唤醒：怎么样来盘活休眠客户

1. 高效电话邀约
2. 重点客户约见拜访

四、能力者链接：建立客户关系

1. 建立客户关系的原则

- 1) 了解顾客
- 2) 不令顾客困扰
- 3) 重点客户重点关注

2. 客户采购的要素

- 1) 产品的价格到底由什么来决定？
- 2) 在同样的需求下，客户会不会买性价比最好的产品呢？

3) 怎样才可以建立信赖和品牌呢？

视频教学：莱昂纳多的电话解决法

第三讲：觉知密码——客户拓展的五个关键步骤

第一步：客户分析 4 步走

1. 发展向导
2. 收集客户资料
3. 确认客户需求
4. 判断销售机会

工具：客户信息采集表、客户分析

第二步：建立信任

1. 建立信任的误区：喝酒、送礼、找关系

2. 如何建立信任

- 1) 认识并取得好感：职业形象、言谈举止
- 2) 激发客户兴趣,产生互动
- 3) 建立信赖，获得支持和承诺
- 4) 建立同盟，获得客户协助

第三步：挖掘需求

1. 什么是需求？

- 1) 表面需求
- 2) 潜在需求

2. 两种销售方法

- 1) 产品推销
- 2) 顾问式销售 SPIN

案例分析：大堂经理一周拿下客户

课堂练习：对应找出案例中的 SPIN 方法

第四步：呈现价值

1. 竞争分析

- 1) 找出优势
- 2) 优势与顾客相连，列出对顾客的好处
- 3) 劣势找到解决方法

2. FAB (差异化竞争) 摆脱价格战

- 1) Feature—独特优势
- 2) Advantage—优势程度
- 3) Benefit—益处好处

案例：田忌赛马的故事

工具：PEST+4C

第五步：赢取承诺 达成交易

1. 识别购买信号：提问、询问利率、售后
2. 促成交易：选择法、促销法、总结利益法、直接建议法
3. 转介绍销售：确保客户满意度，拿到推荐

视频案例：穷小子的升官之路

第四讲：空间转战的时间旅行——外拓营销，从坐以待毙到主动出击

一、时间旅行“宝石”——外拓营销四大类

1. 社区营销

2. 商圈营销
3. 企业营销
4. 沙龙营销

工具：营销话术列表及关键人物关注

案例：善良的公交车吊环

二、玩转“无限手套”——外拓营销的流程

1. 片区开发
2. 区域划分
3. 信息收集
4. 客户分析
5. 策略讨论
6. 前期准备
7. 人员分工
8. 物料准备
9. 电话预约

.....

案例：蒜区的“恒源祥羊羊羊”

案例：收树枝的服装店老

案例：公牛开关代理店老板的两个娃

案例：诚信支行的存款三千万

分组讨论：

沉默思考 1 分钟（写出至少 5 条你能想到的外拓有效方法）

讨论 5 分钟（组内轮流分享你的方法及理由）

代表呈现：2 分钟

分析工具：SWOT 工具表

营销话术：外拓营销话术有讲究

挎包方案：营销礼品有说法