

决胜厅堂：流量客群的营销提升与工具制作

课程背景：

作为零售网点第一代转型的核心，“厅堂制胜”的理念早已经深入人心。即使到了今天，零售转型已经推进到第三代、第四代，厅堂的重要性不仅没有被削弱，反而进一步得到凸显。究其原因，一方面是受互联网金融及银行自助渠道分流的影响，到物理网点办理业务的客户逐步减少，因此对能够主动上门的这部分客户资源必须做好充分开发；另一方面，厅堂是银行网点营销的“主场”和“阵地”，厅堂营销可以非常好地帮助银行营销人员培养销售习惯，形成联动营销的团队氛围，有助于夯实营销队伍成长的基础。因此，“厅堂制胜”可谓是提高银行基层零售网点经营能力的关键所在。

厅堂营销工作推进的难点一方面在员工的营销心态、营销意识，一方面则集中在营销技能，包括识别转介、客户面谈、联系维护、团队联动、产品营销等方面缺乏必要的能力支撑。

本课程基于以上问题的解决，以提升厅堂营销岗位员工的心态建设、营销准备、客户维护、产品营销、团队联动等能力为重点，从案例切入、用经验启发、结合现场互动练习和总结，实现学员综合素质的强化提升。

课程收益：

- 帮助行员正确认知厅堂作用，建立用客户思维来开展厅堂营销的习惯
- 帮助网点打造以产能提升为目标的厅堂布置和氛围炒作
- 让行员掌握各类产品的开口、呈现技能，提高营销效率
- 让行员掌握处理客户各类疑问和异议问题的技巧，提高营销成功率
- 明确厅堂营销活动的目的、关键及现场实施的注意点
- 学会制作自己易用、客户易懂的厅堂营销辅助工具

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：银行大堂经理、柜员，及需要承担厅堂营销职能的其他营销人员

课程方式：理论讲授+案例分析+分组研讨+实战演练

课程大纲

导引：银行零售厅堂营销现状和痛点

1. 厅堂是什么？厅堂的定位和作用
2. 厅堂做什么？厅堂服务营销思维的建立

案例：两个零钞兑换客户

第一讲：厅堂营销的难点与重点

一、厅堂营销的流程和难点

1. 经典五步流程：客户到店-识别转介-产品推荐-异议处理-营销促成

2. 厅堂营销难点解析

- 1) 老员工和新员工的认知差异
- 2) 识别两类营销机会，能力要求与现状错位
- 3) 无差别营销和试探性营销

案例：阴差阳错的客户识别

二、厅堂营销的重点

1. 厅堂营销的标杆

案例：厅堂标杆支行行长的三招“秘诀”

2. 厅堂营销两大思维

案例：一个客户的 ETC 办理实录

- 1) 触点思维
- 2) 客户思维

第二讲：无声的营销——厅堂布置和氛围营造

一、优化硬环境：厅堂布局

1. 厅堂布局的三个提示

- 1) 增加触点才能增加机会
- 2) 布局是为了配合营销
- 3) 从分散引导到集中引导

2. 宣传布置的三境合一

- 1) 宣传布置三原则：全面性、统一性、冲击性
- 2) 物境的五个环节：临街、入口、厅堂、柜面、理财室

案例：厅堂布置实例解析（看不清的展板、神奇大白板等）

实战：厅堂产品营销展板制作

- 3) 情境和意境

案例：厅堂布置实例解析（亲子橱窗、儿童银行、他行 VIP 等）

二、强化软实力：辅助工具

1. 营销人员辅助工具：营销一页通

- 1) 营销工具的设计要点
- 2) 营销工具的内容构成

实战：“营销一页通”设计制作

2. 客户宣传辅助工具：客户明白纸

- 1) 客户宣传品的设计要点
- 2) 客户宣传品的内容构成

实战：“客户明白纸”设计制作

第三讲：有声的营销——简洁高效的产品营销

一、厅堂产品营销常见难点分析

1. 营销人员没状态

案例：屡败屡战、屡战屡败的产品营销

2. 产品优势说不清

案例：同一个客户同一款产品成交金额差 10 倍

3. 客户问题没准备

案例：理财经理两周成交 11 单期交保险的秘诀

二、厅堂产品高效营销方法

1. 厅堂产品营销实战话术设计要点

- 1) 客户购买决策三要素

- 2) FABE 与结构化表达
- 3) 30 秒梯法则
- 2. “1-3-6”高效产品营销方法介绍**
- 1) 产品切入话术
- 2) 卖点呈现话术
- 3) 异议处理话术

实战演练：“1-3-6”高效产品营销分组

第四讲：批量的营销——厅堂微沙龙

一、全面认识厅堂微沙龙

1. 全覆盖、批量做、高效率的营销利器

案例：新员工如何连续搞定产品

2. 厅堂微沙的事前、事中与事后

- 1) 事前准备：主题选择与内容选定
- 2) 事中互动：七步流程与互动把控
- 3) 事后跟进：客户跟进与自我提升

二、厅堂微沙龙实战

1. 厅堂微沙龙讲稿与辅助工具

2. 厅堂微沙龙展示要点

- 1) 克服紧张情绪的小窍门
- 2) 团队配合，效率更高
- 3) 客户互动化解的充分利用

实战演练：网点主推产品营销厅堂微沙龙讲稿编写

第五讲：聚焦的营销——厅堂活动的组织

一、厅堂活动五大目的

1. 如何让客户来
2. 如何让客户经常来
3. 如何让客户买
4. 如何让客户转
5. 如何让客户留

案例：厅堂活动中鸡蛋的不同用法和效果

二、厅堂活动六看管理

1. 看定位

- 1) 活动定向
- 2) 目标聚焦

2. 看准备

- 1) 物料与现场布置
- 2) 分工表与沟通会

3. 看造势

- 1) 精准客群宣传造势
- 2) 厅堂流量宣传造势
- 3) 外拓活动宣传造势

4) 周边社区宣传造势

5) 举办现场宣传造势

4. 看组织

1) 促销型活动的组织

2) 回馈型活动的组织

案例：厅堂活动创意办的各实操环节（行外吸金晒单有礼、主题开放日等）

5. 看跟进：活动结束后，再次跟进

6. 看小结：及时总结，不断提升

课程收尾

1. 回顾课程，提示重点

2. 答疑与互动