

高柜柜员服务营销能力提升课程

课程时长：6小时

课程背景：

随着金融产品的不断创新，网点客户量激增对网点服务质量与营销能力的要求在不断提高，网点服务营销已经成为各家银行体现整体竞争优势的“必争之地”。网点柜员作为直面客户的第一人，具备高超的服务营销技能，对提高网点业绩起着至关重要的作用。

课程目标：

1. 重塑柜员的职业心态，让他们爱上服务营销工作；
2. 使柜员掌握网点现场快速销售技巧，提升柜面销售率；
3. 通过大量真实案例解析，使一线员工懂得把握客户心理，掌握客户投诉处理技巧；
4. 学会多种减压的小技巧，让员工快乐工作。

课程特色：

1. 通俗易懂——用身边发生的事，直击问题核心，易于理解掌握
2. 实操性强——方法可操作性强，可以直接使用在现场工作中
3. 行业性强——大部分的案例都是直接来源于银行业

课程大纲：

一、转型后的柜员角色定位

1. 业务专家
2. 服务专家
3. 销售专家

二、柜面营销的关键时刻

- 1、柜面营销的关键点识别
 - 1) 业务办理的服务营销关键点
 - 2) 业务办理结束之后的服务营销关键点
- 2、服务与营销的协调
 - 3) 服务的关键时刻在哪里
 - 4) 如何在关键时刻中寻找营销的契机
 - 5) 如何识别客户的营销需求
 - 6) 客户服务对营销的推进意义
 - 7) 服务的关键时刻与峰终管理
 - 8) 如何利用服务提升顾客的配合度
 - 9) 平衡服务满意度与营销力度
 - 10) 客户价值评估与识别
 - 11) 识别客户的方法
 - 12) 如何利用服务获取现场配合度
 - 13) 引入营销的介入点分析
 - 14) 如何提升顾客的产品关注度
 - 15) 开场白是柜面营销中最为重要的【设计与演练】从服务到营销的关键环节演练，以外汇宝、网银为例

第三单元：柜面销售技巧

1、柜面营销的特点

直接销售

- 1) 基本点：储蓄结算业务
- 2) 延伸点：银行卡
- 3) 立足点：个人贷款业务
- 4) 交叉点：个人理财业务
- 5) 虚拟点：电子银行服务

间接销售

- 1) 优质客户识别
- 2) 交叉销售意识至关重要

2、有效引导顾客的需求

- 1) 发掘和引导顾客的需求
- 2) 面对竞争对手的产品优势分析
- 3) 如何有效呈现自身产品竞争力
- 4) 学习引导客户的价值观
- 5) 专业的需求引导工具-FOC
- 6) 建立呈现阶段的铺垫动作

【分析】动态分析建行、农行等产品的优劣势

【演练】客户需求引导角色扮演

3、推动客户的决定(FABE 的使用)

- 1) 产品利益与顾客需求的合并
- 2) 有效推动顾客的技巧方法
- 3) 价格与费用的汉堡包呈现方法
- 4) 一个方案的不同引导方面

【案例分析】银行产品汉堡式推动方案设计

4、异议与目标达成

异议的分类

- 1) 分析异议产生的原因
- 2) 处理销售异议的办法
- 3) 客户的购买信号
- 4) 如何成交？

沙场点兵：以小组为单位，每组派一名队员扮演一线柜员，其它小组派一名队员扮演客户，进行金融产品的推荐。由其它小组学员进行点评，老师做分析、总结录像存档。