

智能化网点大堂 经理 营销实战

课时设计：1 天

培训对象：大堂经理

课程收益：

本课程涉及智能化网点后的大堂经理角色认知、优质服务、客户管理、业务分流、优质客户识别、产品营销导入等内容，使学员有如下课程收益：

1. 了解智能化网点大堂经理的角色定位；
2. 塑造大堂经理阳光心态，融入团队；
3. 掌握情绪压力自我管理的方法；
4. 了解智能化网点客户分流技巧；
5. 熟悉优质客户管理技巧；
6. 提升营业网点客户及日常管理技能；
7. 掌握判别客户身份，以及深度的客户关系管理方法，有效地开展金融产品的主动营销。

第一模块：智能化网点 大堂经理自我修炼

1. 做灵魂还是做幽灵？
2. 关于工作的负面思想
3. 工作要求我们改变
4. 个人与网点相互依存的关系
5. 智能化网点大堂经理需具备的心态与条件
6. 智能化网点大堂经理的核心定位
7. 智能化网点大堂经理的工作目的和价值
8. 网点的“交通协管员”
9. 网点形象代言人
10. 网点业务营销者

第二模块 智能化网点大堂经理营销实战

1. 智能化网点管理所面临的挑战
2. 预测客户需求
3. 客户类型及特点
4. 各类型投诉处理要点
5. 抓住客户心理
6. 效率与客户满意
7. 客户分流给网点运营带来的价值
8. 智能化网点大堂经理分流难点分析
9. 常见客户分流举措
10. 营业网点三级分流技巧导入
11. 客户分流情境实战训练
12. 常见客户情境管理技巧
13. 如何快速建立信赖感
14. 挖掘和识别优质客户
15. 客户的类型及应对策略
16. 如何开展网点联动营销
17. 如何通过价值呈现吸引客户
18. 成交过程中的客户心理

19. 面对不同类型客户采用不同的营销策略
20. 实战演练---根据本行产品进行话术设计