

农信全员营销技能提升培训

课程大纲：

第一模块：在竞争的市场中生存

一、你不可不知的银行真相

1. 你所处的金融行业，关键词：竞争
2. 商业银行的岗位选择和职业发展，关键词：选择
3. 商业银行的客户，关键词：服务
4. 商业银行的工作状态，关键词：压力

二、为什么要开展网点四大营销？

1. 大堂营销：厅堂是接触到价值客户的关键区域
2. 协作营销：1+1>2，团队协作是赢得客户的重要因素
3. 联动营销：根据客户的资产现状做好产品联动
4. 分群营销：掌握 20/80 原则，将客户价值最大化

三、网点员工销售角色定位（大堂经理、柜员、理财经理）

四、银行员工的工作内容

1. 销售工作（获取、筛选和梳理客户）
2. 服务工作（维护及挖潜）
3. 推荐工作（推荐给客户经理及理财经理）

五、银行员工的角色转变

1. 从做“事”向处“人”的转变
2. 从业务到营销的华丽转身
3. 主动工作（业务办理）与被动工作（主动营销）的区别

第二模块：网点四大营销动作分解（重点讲授）

一、大堂联动营销

动作一：网点价值客户识别

1. “一看二问三验证”
 - 1) 外表识别（“看”）
 - 2) 沟通识别（“问”）
 - 3) 系统识别（“验”）

动作二：与客户建立良好关系的技巧运用

1. 氛围的技巧

2. 称呼的技巧

3. 设框的技巧

二、柜面协作营销

动作一：激发销售热情

1. 柜面协作营销的困境

2. 激发柜面人员的销售热情

动作二：主动出击销售小产品

1. 小产品的卖点在哪里？

1) 农信便民卡的优势

2) 电子银行产品的优势

2. 小产品的销售话术分享

1) 便民卡销售话术

2) 电子银行产品销售话术

3) 存款产品销售话术

动作三：产品呈现与及时转介绍

三、信贷经理电话邀约技巧

1. 邀约什么客户—电话目标设计与客户分析

2. 客户邀约理由的设计-具有吸引力的开场白

3. 客户询问产品时，介绍如何做到“短、平、快”

4. 如何在电话中说服客户

5. 如何解除客户对产品的抗拒点

1) 客户七种最常见的抗拒类型

2) 客户抗拒的本质：解除抗拒点的方法与公式

3) 解除抗拒点的成交话术设计思路

6. 信贷经理放下电话以后要做的三件事

第三模块 网点各岗位的职责与分工（简单讲授）

一、网点主任岗位职责与分工

二、大堂经理岗位职责与分工

三、高、低柜柜员岗位职责与分工

四、信贷经理岗位职责与分工

第四模块 案例分析讨论与情景演练

一、讲师出题，学员分组进行演练，由讲师负责点评。

讲师助理：