

银行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

动作三：精简的产品呈现话术

1. 如何站在客户利益的角度讲解产品—从卖点到买点

2. 提炼产品利益的 FABE 模式

3. 学员运用 FABE 模型提炼主推产品的利益点

4. 产品介绍的完整流程示范

5. “标准白金信用卡推荐案例”+“基金定投推荐案例”

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？

2. 小产品的销售话术分享

动作三：从业务受理切入到大产品销售

1. 100%递送产品宣传单

2. 发掘和引导顾客的需求

3. 专业的需求引导工具-FOC

动作四：及时转介绍客户

三、理财经理分群营销

动作一：存量客户邀约与激活技巧

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

4) 我行理财产品收益低于竞争对手行的异议处理话术

5) 我行信用卡额度低且办理流程繁琐的异议处理话术

6) 基金目前风险太大，不感兴趣的异议处理话术

6. 客户经理放下电话以后要做的三件事

动作二：销售人员网点服务技巧

1. 客户如约而至，你该如何做好接待？

2. 销售人员推动客户做购买决定

1) 讲解原则

① 有条理——循序渐进

② 容易懂——深入浅出

③ 产品讲解练习：货币基金、贵金属-黄金定投

2) 辅助手段

① 信息图示化

② 比喻和类比

③ 案例分析银行产品汉堡式推动方案设计

3. 异议与目标达成

1. 异议的分类

2. 分析异议产生的原因

3. 处理销售异议的办法

4. 客户的购买信号

5. 如何成交？

第三模块 网点各岗位的职责与分工（简单讲授）

1. 网点主任岗位职责与分工

2. 大堂经理岗位职责与分工

3. 高、低柜柜员岗位职责与分工

4. 理财经理岗位职责与分工

第四模块 案例分析讨论与情景演练

1. 讲师出题，学员分组进行演练，由讲师负责点评。

讲师助理：