

农业银行八步六法

【课程时间】

3天；6小时/天

【课程对象】

内训师、支行各岗位员工、分行中层/高层

【课程风格】

幽默风趣，深入浅出，逻辑性强，化繁为简，前瞻性强，实战演练，落地为先

【课程方式】

游戏导入，案例分享，角色扮演，示范演练，小组讨论，视频教学，头脑风暴

【课程大纲】

第一部分：在网点如何召开一次成功的启动会

1. 网点现状分析

我们是什么类型的网点，我们拥有什么样的员工，还原网点本该有的样子，让每个员工发挥最大的效能价值，让客户值得过来，让客户有所图。

1) 多个层面调研及访谈了解现状

- 周边市场走访
- 网点员工访谈
- 明确业务架构

2) 有的放矢的制定网点培训策略

- 不同时期的不同业务点，形成培训的突破口
- 现有业务重点剖析，发现需要是最好的营销——农行营销方程式

3) 确定培训的时间和阶段化操作

- 把培训的内容进行模块化设定——营销方程式的5个模块
- 建立培训及后督导的时间轴

第二部分：网点环境、氛围的打造和创建

客户来了，客户想来，客户要来，客户期望；网点是一个银行最大的财富，着重发挥网点物理服务范围内的有效吸引力，让点成为一块好的磁铁。

1) 网点文化创建的三大要素

- 寻找契合的网点文化理念——客户认同感的创建，案例：书香银行、智能互动银行，环保银行、固化依托等

依托网点的自然获客，让网点成为周边客群中间的一部分。

- 具象化文化理念的传载体——网点符号

为什么我们的客户要选择我们，客户究竟想要什么；特色客群究竟需要什么？

- 全体员工互动参与到文化的创建过程中

我们提供的远远不止是金融服务，除了金融服务我们还能够提供什么，员工群策群力来更好的体现金融服务的延展性。

2) 网点功能分区设置

老客户的新业务=一次良好的增长

- 引导客户动线——比客户动线更进一步的自我动线
- 强化客户体验
- 提升执行效率

3) 网点 6S 的管理

6S 管理的不仅仅是卫生环境，像一辆赛车一样，我们需要在每一个细节对网点进行调校。

- 整理、整顿、清洁、清扫、素养、自检（安全）
- 6S 对成本的影响
- 6S 对效率的影响

4) 网点营销氛围的打造

- 网点整体营销布局
- 递进式营销物品展示
- 主题营销打造
- POP 设计

第三部分：网点人员之间、岗位之间配合

1. 网点定位、人员定岗、岗位定责

- 网点与下辖网点之间配合
- 人员与岗位的联动
- 整体如何形成具有战斗力和效能的工作链条

2. 网点里面的“加减法”

3. 业务流程的梳理（厅堂作业与柜面作业）

你的超级柜员机，超级了吗？

- 机具配合
- 人员配合
- 上下配合

第四部分：营销人的自我学习

人人都会、每人有精、独立讲演、共同学习

1. 学会学习产品，能够讲好产品

- 营销话术手册的制定
- 营销形成的指引
- 营销物料的配合
- 如何让系统来辅助我们——电子化日志和台账

2. 营销形成的突破和创新

1) 厅堂小范围营销

- 贵宾 1 对 1 营销
- 厅堂微沙龙营销
- 门前三米的延生营销

2) 集中式营销

- 会议型营销
- 沙龙型营销
- 拓展活动型营销
- 外拓成本计算和管理

第五部分：如何讲好一堂课（实战训练）