

大堂经理主动服务与营销综合提升

课时设计：1-2天（6-12课时）

课程对象：大堂经理

课程背景：

零售银行网点时代，大堂经理的角色空前重要。因为他是客户进入网点接触到的第一人，是帮助客户答疑解惑的代表，是分流客户，协调整个网点资源，把握网点工作压力的关键点，对于维护客户、挖掘客户潜力、拓展客户、提升客户忠诚度都具有重要的作用。这也是某大型国有银行在网点转型时明文规定“网点负责人要抽出50%的时间担任大堂经理”的根本原因。

培训目标：

- 1、帮助大堂经理培养职业化心态、清晰自身的角色定位；
- 2、提升大堂经理现场服务的水平，增强客户对大堂经理的良好感知；
- 3、加强大堂经理的营销能力，让大堂经理掌握开口营销的技巧，养成开口营销的习惯；
- 4、掌握必要的客户投诉处理技巧，使客户投诉不再成为大堂经理的负累。

课程形式：课程讲授、小组研讨、视频欣赏、案例分析

课程大纲：

第一章、大堂经理的角色认知与服务礼仪

一、大堂经理角色认知

- 1、银行形象的奠基者
- 2、客户心中的专业顾问
- 3、营业厅岗位合作的枢纽
- 4、厅堂管理的执行者
- 5、产品营销的第一道岗

二、大堂经理岗位职责

- 1、对客户的定位
- 2、营业前职责
- 3、营业中职责
- 4、营业后职责

三、服务礼仪

- 1、 良好的形体语言与服务礼仪规范
- 2、 仪容仪表
- 3、 表情神态
- 4、 形体仪态
- 5、 接待礼仪
- 6、 仪容仪表
- 7、 服务礼仪规范
- 8、 着装规范
- 9、 细节注意事项

四、三种表情

- 1、 相由心生，从微笑开始
- 2、 笑容的传递，不仅只有表情
- 3、 服务特殊人群服务礼仪
- 4、 服务老年人群
- 5、 服务残障人士

第二章、大堂经理识别与客户满意度服务提升

一、客户识别分流技巧

- 1、 客户识别的核
- 2、 客户分流的目标
- 3、 优质客户特征
- 4、 识别客户的方法
- 5、 识别引导原则与注意点

二、如何营造客户满意服务

- 1、 银行营业厅服务面临的挑战
- 2、 认识客户
- 3、 为什么要让客户满意
- 4、 什么是客户满意服务
- 5、 客户的期望值

- 6、客户的满意度
- 7、客户是如何来评价银行服务的

三、大堂经理现场服务准则

1. 服务是一种感觉，客户感觉永远是对的
2. 有效果比有道理更重要
3. 以客户为中心，快速响应客户需求

四、大堂经理现场服务四步骤及技巧

1. 步骤一：对客户显示积极的态度
2. 步骤二：识别客户的需求
3. 步骤三：满足客户的需求
4. 步骤四：留住客户

第三章、大堂经理主动营销与沟通技能提升

一、挖掘和识别目标客户

1. 一双慧眼认识你的客户（快速搜寻及注意事项）
2. 目标客户的挖掘与确认

二、客户深层需求及决策分析

1. 客户类型分析
2. 高效收集客户需求信息
3. 有效引导客户的需求，激发客户的潜在需求
4. 深刻了解你的客户心理
5. 如何采用有针对性的产品销售方式

三、客户沟通引导技能提升

- 1、营造良好的沟通氛围
- 2、让客户认可你的人认可你的产品
- 3、有效提问与适时的产品推介
- 4、高效沟通谈判五步曲

四、网点营销的技能提升

1. 扬长避短的呈现技巧
2. 银行常见产品呈现技巧

3. 银行产品的卖点分析
4. 用客户喜欢的沟通方式进行沟通
5. 满足客户自助需求和成就感
6. 给适当的承诺及向客户要承诺
7. 借力营销：利用工具引导、利用成功案例引导等

五、环环相扣、团队协作、联动营销

1. 大堂经理的识别引导环节（识别沟通技巧）
2. 柜员办理业务的沟通环节（柜面如果实现服务与理财产品的交叉销售）
3. 低柜人员的交叉营销环节（询问的方式捕捉客户的信息）
4. 理财人员、个贷人员的营销环节（挖掘客户的需求）

第四章、客户抱怨与投诉处理

1. 化解客户抱怨的技巧
2. 认识投诉的价值
3. 客户投诉的心态
4. 正确处理客户投诉的原则
5. 处理客户投诉的步骤