

银行全员营销项目

项目背景：

随着利率市场化进一步放开、金融脱媒的提出以及存款保险制度的推行、银行大额存单的实施、民营银行、网商银行、直销银行的介入，金融行业传统营销和经营管理模式，将随之改变，银行在这次金融改革中，如何进退？如何保全？如何获利？需要每个银行经营者、管理者、普通员工一起，进行一场壮士断腕的彻底洗礼。在这样一场声势浩大的改革中，最为关键的是银行从业者的，营销意识、营销理念、营销模式、业绩观念等要素进行全面提升及内部员工的全员营销协调能力的提高，银行全员营销项目在这样的大背景下对传统银行的营销模式是一种全方位多角度的营销流程再造。

项目特色：

本项目对提高银行对公客户经理、柜面人员、个人客户经理（非现金柜员）在营销意识、主动营销能力、银行外拓营销能力、银行厅堂交叉能力、银行全员联动营销、银行走出去营销能力等进行全方位立体式的现场辅导，项目对银行业业绩提升显著，参与者能力提高明显。

落地性——大量运用教练技术、行动学习技巧、通关技术促成落地，确保营销“业绩+能力”量化双提升。

针对性——为农信系统量身定制，课程内容 100% 贴合工作实际任务。从实战出发，从提升业绩出发，对银行营销最迫切最实用的“道与术”进行了提炼。

实用性——培训突出实用效果，聚焦银行柜面人员、客户经理、后台管理等销售全流程中遭遇的各种疑难和困惑，给出解决要点和话术，学习之后，学员不需要转化并能直接应用到工作中。

生动性——采用讲授、研讨、案例分析等多种互动交流的培训形式，突出课堂生动性。

四个标准——营销环境、营销话术、营销流程、营销管理四个营销标准；

五个指标——通过提高网点厅堂联动交叉营销五个率“吸引率、开口率、交叉率、成功率、回头率”，提升网点业绩的增长。

项目目标：

1. 掌握外拓营销、电话营销一系列实用技巧及话术；
2. 掌握银行营销过程中“客户定位、情报战、公关战、营销战”的一整套策略、技巧与方法；
3. 了解银行客户购买心理，懂得如何进行低风险的需求探寻，并基于客户的实际金融需求进行产品呈现与组合销售，让客户心动行动；
4. 掌握银行营销方程式及 NBSS 顾问式营销实战技巧，掌握一整套科学有效的客户邀约及面谈话术；
5. 掌握客户关系维护技巧，强化客户良性感知，为下一次营销做好铺垫；
6. 掌握渠道、存款、贷款、理财、信用卡等系列实用营销技巧及话术；
7. 掌握银行厅堂联动交叉营销的一整套策略、技巧与方法；
8. 掌握“识别、挖掘、把握、跟踪”厅堂商机管理流程；
9. 掌握银行网点营销环境布置方法，学会营销工具设计；

项目模块一：项目导入与全员营销理念概述

1. 为什么要做全员营销
2. 初识客户销售技巧
 - 1) 如何给客户留下最美好的第一印象

- 2) 事情准备，了解客户情况
- 3) 专攻客户需求
3. 为客户创造财富是你的天职
 - 1) 1.3.1 银行产品销售前准备
 - 2) 1.3.2 银行营销人员工作的出发点
 - 3) 1.3.3 银行营销人员要为客户做好参谋
4. 营销银行产品先销售自己的人品
 - 1) 银行营销人员要牢牢把握宏观经济的脉络来推广产品
 - 2) 练就积极的心态
 - 3) 心态决定高度
5. 银行厅堂营销话术（考核）

项目模块二：厅堂交叉营销技巧及营销环境设置

1. 网点制胜营销
2. 如何识别目标客户
 - 1) 图片案例讨论
3. 交叉营销技巧
4. 全方位交叉销售线索练习
5. 交叉营销商机管理
 - 1) 如何进行商机二次把握
 - 2) 产品组合营销
6. 理财方案营销网点营销环境标准化
 - 1) 网点动线及营销主题突出设计
 - 2) 厅堂营销三板：每周热销宣传板、每天热销宣传板、柜面营销助推板
 - 3) 营销宣传资料设计 5 原则
 - 4) 等候区营销布置：宣传品陈列 5 原则、贵金属展示 7 要点、礼品展示
7. 大堂经理之营销工具准备
8. 网点销售流程标准化（以厅堂联动营销为重点）
 - 1) 目标客户识别、商机创造
 - 2) 大堂经理 7 步营销
 - 3) 商机初次挖掘及把握
9. 六个多交叉营销
 - 1) 商机二次把握
 - 2) 需求挖掘、产品说明、异议处理、促成技巧
 - 3) 组合营销、体验营销、理财营销
 - 4) 商机跟踪
10. 客户信息维护建档到位
 - 1) 客户指派维护到位
 - 2) 潜在客户跟进营销到位
 - 3) 客户邀约拜访到位
 - 4) 客户定期情感联系到位
11. 网点销售管理标准化
 - 1) 网点厅堂联动营销管理十查法
 - 2) 网点厅堂联动营销 5 率过程管理法
 - 3) 团队营销目标计划制定、跟踪反馈及激励考核

- 4) 团队营销氛围营造：战绩编报
- 5) 营销型晨会、夕会组织
- 6) 网点 S-OJT 结构化教练辅导三大技术
- 7) 客户体验营销
12. 贵宾客户维护（全流程练习）
 - 1) 客户信息维护建档
 - 2) 贵宾客户指派维护
 - 3) 潜在贵宾客户跟进营销
 - 4) 贵宾客户邀约
 - 5) 贵宾客户定期情感联系
13. 缘故介绍营销
14. 挖掘身边客户 FINDS 法则
15. 缘故法拓展步骤
16. 转介绍营销的话术、流程、技巧、工具

项目模块三：客户类型分析与客户需求挖掘

1. 3.1 银行客户的类型分析与对策
 - 1) 冷淡傲慢型
 - 2) 刚强型
 - 3) 顽固型
 - 4) 谨慎稳定型
 - 5) 犹豫不决型
 - 6) 怀疑型
 - 7) 内向型
 - 8) 虚荣型
 - 9) 自夸自大型
 - 10) 好斗型
 - 11) 随和型
 - 12) 讨价还价型
 - 13) 过敏型
 - 14) 信任型
 - 15) 躲避型
 - 16) 抱怨型
 - 17) 挑剔型
 - 18) 控制型
2. 客户需求挖掘
 - 1) 如何寻找目标客户
 - 2) 种寻找客户的方法
 - 3) 准客户的资格鉴定——MAN 法则
 - 4) 建立客户档案
 - 5) 种接近客户的方法
 - 6) 接近客户的注意事项
3. 营销晨会训练；营销台卡设计；头脑风暴产品及营销话术

项目模块四：客户经理电话营销技巧与客户面谈技巧

1. 4.1 客户经理电话邀约与营销技巧

4.1.1 事前预热技巧

案例分析：传统电话邀约为什么失败率高？

4.1.2 电话预热技巧---大幅度提高你的邀约成功率

4.1.3 事中处理流程及练习

4.1.4 打电话前需要注意事项

4.1.5 电话邀约练习---解决 90%的电话邀约问题！

4.1.6 事后跟进技巧

2. 4.2 客户经理营销面谈技巧

4.2.1 客户面谈

4.2.2 需求激发

4.2.3 需求识别练习

4.2.4 巧妙发问探寻需求练习

4.2.5 SPIN 问话练习

4.2.6 背景问题、难点问题、扩大问题、需求效益问题

4.2.7 SPIN 问题结合具体产品的应用

4.2.8 产品说明

4.2.9 产品竞争力训练

4.2.10 寻找本行产品卖点练习

4.2.11 寻找本行与他行产品比较优势练习

4.2.12 善于多角度看待卖点

4.2.13 产品销售力训练

4.2.13.1 聚集客户利益原则

4.2.13.2 利益具体化原则

4.2.13.3 利益情景化原则

4.2.13.4 专业术语口语化

4.2.13.5 产品销售工具设计【练习】

4.2.13.6 注意力原则

4.2.13.7 银行产品宣传设计案例

4.2.13.8 FABE 产品推荐流程练习

4.2.13.9 产品及服务综合方案演示 Demonstration

4.2.13.10 Demo 商品方案演示程序

4.2.13.11 Demo 商品方案展示注意事项

3. 4.3 异议（拒绝）处理

4.3.1 客户有什么反对意见？

4.3.2 五种客户拒绝类型及应对练习

4.3.2.1 不清楚：FABE 法

4.3.2.2 不相信：忽视法、间接否定法、第三方推荐法

4.3.2.3 不值得：利益成本加减乘除法

4.3.2.4 有风险、有担心：支持保证

4.3.2.5 有隐藏：判断真假

4.3.3 处理客户异议的原则及流程

4.3.3.1 常见异议话术处理

4.3.3.2 “我没时间！”、“我没空！”

4.3.3.3 “我现在不方便！”、“我没兴趣。”

4.3.3.4“你把资料放这，我有空的时候再看！”、“抱歉，我没有钱！”

4.3.3.2 贷款异议话术处理

4.3.3.2.1 贷款利率太高，

4.3.3.2.2 贷款利率比他行高

4.3.3.2.3 还款方式太麻烦

4.3.3.2.4 贷款额度低

4.3.3.2.5 贷款期限短

4.3.3.2.6 贷款手续太麻烦

4.3.3.2.7 不喜欢贷款调查

练习 3：理财 5 大异议话术处理

练习 4：信用卡 10 大异议话术处理

练习 5：定投 10 大异议话术处理

(以上练习根据培训方银行产品专项设计)

4. 4.4 交易促成

4.4.1 销售促成的障碍

4.4.2 购买信号—语言信号识别

4.4.3 购买信号—行为信号识别

4.4.4 促成交易练习成交在即我们应注意什么

5. 4.5 客户经理电话营销话术训练；营销晨会集体考核通关

项目模块五：银行客户经理外拓营销与银行外拓商务礼仪

1. “走出去”营销

1) 如何摆摊设点（路演）？“走出去”营销案例讨论：

2) 涉及八大区域：住宅区、工业园区、商务区、企事业单位、展销会、购物商城、商会、乡镇

3) 制定“走出去”展业策略的要点及关键

4) 会议沙龙营销

5) 会议沙龙营销的作用及目的

6) 如何开展会议沙龙营销

2. 客户开发营销技巧

1) 计划准备

2) 如何制定大客户联系计划表

3) 联系客户的 5W1H 关键

4) 拜访客户的必要工具准备

5) 个人准备-----如何建立信任度

6) 有形度、专业度、亲和度、同理度、积极度

3. 银行外拓商务礼仪

1) 银行商务交往的艺术

1 提升个人素质（内强素质、外塑形象）

2 方便于交往应酬

3 有助于维护企业形象

2) 人际交往策略

3) 服饰礼仪

银行商务礼仪－仪容仪表（男士篇）

银行商务礼仪－仪容仪表（女士篇）

4) 态礼仪——动态

- 1 目光
- 2 微笑
- 3 站姿 (请学员演练)
- 4 坐姿 (请学员演练)
- 5 走姿 (请学员演练)
- 6 蹲姿
- 7 手势

5) 银行接待礼仪

- 1 如何引导客户：走廊、楼梯、电梯、
- 2 握手一般什么场合下握手？(请学员模拟)
- 3 握手礼仪禁忌
- 4 介绍 (自我介绍、介绍他人)
- 5 名片 (请学员模拟)
- 6 如何递交名片？
- 7 如何接收名片
- 8 座次你该坐哪个位置？小车、会客室、
- 9 奉茶

6) 银行交谈礼仪

- 1 语言礼仪
- 2 交谈空间、距离
- 3 私人问题五不问
- 4 适合交谈的内容

7) 宴请就餐礼仪

- 1 宴请“五”M
- 2 酒的分类
- 3 饮酒礼仪
- 4 宴会、家宴、便餐
- 5 中餐席位安排
- 6 桌次排列
- 7 便餐的席位原则
- 8 中餐用餐前后毛巾的使用原则
- 9 西餐

4. 外拓营销模拟；总结大会流程演练

项目模块六：全员营销管理(固化)工具

1. 全员营销管理 (售前工具)
 - 1) 营销题库建设、营销通关流程
 - 2) 营销环境标准及营销助推三牌
 - 3) 潜在客户需求表、精准营销图
 - 4) 考核办法 (项目期间)
 - 5) 精神墙
2. 全员营销管理 (售中工具)
 - 1) 营销晨会记录、每日营销战报工具
 - 2) 厅堂 (贷款) 交叉营销营销表格工具

- 3) 电话邀约营销表格工具
- 4) 外拓面谈营销表格工具
- 5) 客户问题集
3. 员营销管理 (售后工具)
- 1) 每周营销总结
- 2) 客户信息维护档案