

## 网点主任-营业厅现场管理艺术

**培训对象：**支行行长、网点主任、营业厅负责人

**培训长度：**12小时（2天）

**课程背景及收益：**每一个营业厅也是有灵魂的,它的灵魂就是店长的领导力和管理能力,所以,提升店长的管理能力,特别是现场管理艺术,尤为重要.

**课程大纲：**

### 一、银行营业大厅的演变及发展趋势

1. 店面化
2. 分区化
3. 零售化
4. 超市化
5. 特色化
6. 高端化
7. 品牌化
8. （大量外资银行、国内先进银行的图片）

### 二、网点主任的角色定位与领导形象的塑造

1. 小游戏：“上传下达”
2. 经验分享：
3. 角色定位
4. 网点主任、营业厅负责人必备素质
5. 领导形象的塑造

### 三、网点的人力资源管理

1. 知人善任
2. 构筑上下级的新型管理模式
3. 团队有效激励
  - 1) 有效奖惩
  - 2) 压力管理
  - 3) 减轻压力管理
  - 4) 服务授权管理

- 5) 沟通与监督
4. 案例点评：(招商银行案例分析)

#### **四、大厅物理环境管理**

1. 自助设备的管理
2. 营业大厅区隔化管理
3. 案例点评：(多家银行物理环境简介与分析)

#### **五、服务营销创新**

1. 服务即是营销
  - 1) 什么是服务
  - 2) 为什么要服务
2. 商业银行服务的特殊性
  - 1) 金融产品的特殊性
  - 2) 客户需求的特殊性
  - 3) 中国环境下商业银行服务的特殊性
3. 商业银行服务的必要性
  - 1) 竞争的必要性
  - 2) 商业银行自身发展的必要性
  - 3) 社会需求的必要性
4. 服务的内部质量管理
  - 1) 服务细节的提炼
  - 2) 服务技巧的融会贯通
  - 3) 实现心与心的交流
5. 商业银行服务品牌管理
  - 1) 服务文化的塑造
  - 2) 服务文化的要求
  - 3) 仅以客户为中心是不够的
  - 4) 服务文化与环境
  - 5) 服务形象的传播
  6. 客户关系管理

- 1) 如何发现客户
- 2) 如何留住客户
- 3) 哪些客户需要网点主任出面营销
- 4) 客户需求和客户期望
- 5) 客户的分层
7. 顾客满意度测评
  - 1) 客户满意度
  - 2) 调研与分析
  - 3) 客户信息的收集与管理
8. 思维冲浪：
9. 服务带来的机遇

## 六、危机管理

1. 投诉的处理
2. 团队成员情绪管理
3. 营业网点的风险管理
4. 角色模拟训练：
5. 转危为安