

银行网点“三位一体销售链”

课程背景：

一、意义：将每一个基层网点打造成具有战斗力的“前沿销售阵地”，分担业务压力，在服务与销售中强化与客户的亲密关系，提升客户的忠诚度和满意度，达到最终的目的：销售收入和利润的增加。

二、方法：建立网点营销链，实现各岗位团队协作式销售。

三、网点营销链中的角色：（三位一体）

角色一：柜员（引荐销售）

角色二：大堂经理（直接销售、引荐销售）

角色三：客户经理（终端销售）——全国性商业银行系统

角色四：会计主管（销售协调与管理激励）——农商系统

课程收益：

1. 认识网点在银行销售中的特殊角色；
2. 了解网点营销链的原理和作用；
3. 各岗位（柜员、大堂、会计主管、客户经理）在营销链中的作用与角色定位；
4. 掌握销售环节中操作步骤与技巧；
5. 掌握销售中的客户心理与沟通技巧；
6. 网点营销链中的销售工具与规范应用；
7. 了解网点营销链中各岗位的协作机制，提高团队销售成功率。

课程大纲：

一、银行网点营销链的建立

1. 银行业服务营销的趋势探讨
2. 什么是“网点营销链”？
3. 三位一体——营销链中不同岗位的角色清分
4. 三位一体——各岗位角色的销售协作机制
5. “网点营销链”是提升银行网点核心竞争力的关键

二、营销链中各角色营销技能与客户沟通

1. 营销的魅力
2. 成功营销的关键因素
3. 客户营销沟通的原则
4. 柜员——营销链中的销售步骤与技巧
5. 大堂经理——营销链中的销售步骤与技巧
6. 客户经理——营销链中的销售步骤与技巧
7. 会计主管（支行长）——营销链中的管理激励

三、银行网点营销链的维护与深化

1. 网点营销链的流程化和系统化
2. 销售工具与表格的应用
3. 合理激励机制的建立

讲师助理：