

《黄金定律-银行呼叫中心电话营销技巧》

【课程背景】

一、互联网时代对传统商业银行的影响掠影：

随着互联网时代的深入渗透，银行业和其他传统行业一样，面临着市场的考验，各行各业无不寻求转型发展。赶趟、追风未必出真知，关键须结合银行自身条件，积极探索市场定位。

大浪淘沙，当这场互联网风潮尘埃落定时，便是甄别本色和底子的时候了，到时免不了一场洗牌和重新组合。银行在这场‘革命’中如有没有拼出自己的特色优势，那便是多一个不多，少一个不少的角色，政府工作报告提出，积极推进金融改革，推动民营中小型银行发展。后者具备‘船小好掉头’的轻型优势，而传统银行如何能把握住先天优势，走差异化、特色化、精细化的发展之路？如何做到在转型中发展、在发展中转型？答案任重道远。

二、传统商业银行营销运营状况的剖析：

金融业的发展是一个从低向高发展的过程，伴随改革红利，银行已经走过“躺着”也能赚钱的时代，银行过去 10 年粗放型发展之路在未来 10 年将无法持续。而今大部分传统商业银行运营同质化严重，你有我有，你无我无，业界竞争深度白热化，再加上金融脱媒、监管环境和金融自由化进程等各方面的加强，都对传统商业银行的商业模式产生很大影响。

三、零售业务仍旧是目前商业银行发展的重点和难点：

在产品的供给、平台建设、网点定位等方面需要提出一些精细化举措，拓宽营销渠道、创新客户体验、提高营销绩效势在必行。和其他营销平台不同，电话营销以其成本低、效率高使其成为银行重要的营销渠道之一，并且利润效益呈现喜人现象。但是，有些客户经理对电话营销退避三舍，烦恼不已，究其原因何在？如何开展电话营销？如何通过电话营销实现既定预期，本次课程将告诉您答案。

【课程收益】

一、完善知识结构--认识银行利润增长趋势，熟知电话营销业务环境，调整电话营销开展策略

二、激活职业心态--助推思维转变，认识专业素质提升重要性，提高技能提升积极主动性

三、训练从业技能--丰富营销技能、掌握电话营销方法、攻坚技巧和相关话术、拓宽客户源渠道，提高营销产能绩效。

【课程对象】

柜员、大堂经理、客户经理、理财经理等营销相关人员

【课程时间】

2 天，6 小时/天

【课程风格】

刘老师从事银行营销、培训、管理十几年，拥有极其丰富的实战经验，其带领的团队一直保持喜人绩效，得到业界高度认可。其课程实战指导意义和落地可操作性极强，并且课后拥有一套完整的绩效追踪体系和工具，是其区别于其他老师最大的亮点。

【课程大纲】

第一讲：呼叫中心发展与理念

一、呼叫中心的市场需求

- 1、呼叫中心在六大行业的突出表现
- 2、呼叫中心六大突出功能

二、建设呼叫中心的五大必要性

- 1、电话营销的发展历史和现状
- 2、“互动式客户联络中心”对客户关系管理的催化作用

三、呼叫中心的项目类型

- 1、呼出的三大导向 (outbound)
- 2、呼入的两大诉求 (inbound)

第二讲：电话营销的理念

一、呼叫中心潜藏的三大营销平台价值

二、银行业营销转型——在“顾问式”营销上下功夫

1、销售三要素

- (1) 控制什么？
- (2) 影响什么？
- (3) 关心什么？

2、银行营销人员的三大基本要求 A S K

第三讲：电话营销的流程和技巧

一、事先准备

- 1、营销工具
- 2、心理素质
- 3、营销计划
- 4、业务知识

二、开场白

1、开场白的目的

案例：理财产品营销开场白（内含标准话术）

- 2、开场白三要、三不要
- 3、第一印象的 3*20 原则
- 4、下意识营造心理“舒适区”
- 5、引领客户进入舒适区的五大秘诀
 - (1)、看不见却感受得到的微笑
 - (2)、客户心理体验
 - (3)、发音训练
 - (4)、用词技巧

三、需求探寻

- 1、正确提问方有答案
- 2、开放式提问 5W+1H
- 3、封闭式提问 Yes/No
- 4、“阶梯式”提问技巧
- 5、“软问题”的合理应用
- 6、案例、银行产品营销话术、倾听技能测试和训练

四、产品及服务介绍

1、FABE 法则

2、实战训练

五、促成成交

1、购买信号分析

2、报价/谈判技巧四要点

3、促成成交三大技巧

六、异议处理

1、异议产生的背景分析

2、银行产品营销常见四种异议情形

3、异议处理态度、原则