

《运筹帷幄-打造银行运营高绩效团队与管理技能实战沙盘》

【课程对象】

金融专业人员、团队长、基层主管、中阶主管、高层主管

【课程时间】

2天，12小时。

沙盘实战规则

- 1、分组并竞赛方案
- 2、大类金融产品营销管理沙盘解析
- 3、沙盘范例
- 4、资产配置投资目标
- 5、时事推演

【课程大纲】

一、行长的自我定位—教练角色

1. 分组PK与积分竞赛
2. 教练式管理的定义
3. 常见的管理问题
 - A. 如何识人?---困惑/现状：识人不科学、测评没工具
 - B. 如何管理?---困惑/现状：员工没方法、主管没方向
 - C. 如何沟通?---困惑/现状：怨指标产品、怨市场客户
 - D. 如何执行?---困惑/现状：员工找借口主管喊口号
 - E. 如何激励?---困惑/现状：主管喊加油员工喊加薪
4. 管理教练与传统管理者的区别
 - A. 分解指标—员工沟通
 - B. 布置任务—过程管理
 - C. 催促结果—引导启发
5. 辅导期待的效果与收益
 - A. 透过---教练辅导的风格：指挥、影响

- B. 他人---教练辅导的对象：能力、意愿
- C. 做事---教练辅导的重点：工作、任务
- D. 取得---教练辅导的导向：获致、赢得
- E. 成果---教练辅导的目标：效率、效能

二、OJT (on-job training) (团队建设管理)

1.OJT 的特点

- A. 贴近实际
- B. 面对面
- C. 体验辅导

三、同业大类金融产品特性沙盘分析与方案推动

1.分析侧重(下列各项抽一)

- A. 国有行 VS 股份制 VS 城商行 VS 农商行(含银行特性)
- B. 股权基金 VS 固收基金 VS 定投 VS 黄金(含宏观面+市场面+消息面+技术面分析)
- C. 存款 VS 理财 VS 养老保险 VS 医疗保险(含短+中+长期配置)

2.管理面=日、周、月

- A. 过程管理
- B.结果管理
- C.结果管理-设定目标

3.辅助销售面=前(话题式引导) + 中(亮点吸引客户.邀约来行) + 后(面谈技巧)

四、大类金融产品沙盘活动组织与策划

1. 网点微沙龙
2. 理财沙龙
3. 观念性沙龙
4. 情感性沙龙
5. 出国金融
6. 小区活动

7. 供应链沙龙
8. 成功沙龙三大关键因素
 - A.沙龙活动 A、B、C 三部曲
 - B.主题调研与魔鬼训练营
 - C.讲座干货准备
 - D.拒绝被放鸽子的客户邀约六大心法
9. 头脑风暴:如何挑选适合的商品给客户
10. 打蛇打七寸，七大环节设定，保证不掉练
11. 头脑风暴:灯光美气氛佳
12. 掌握地利，未战先赢
13. 三句话营销与四促成
14. 展开 1 个月黄金追踪

授课照片



沙盘图片



服务客户

1. 中行-南京.广州.杭州.无锡.绍兴.青岛
2. 建行-新疆.长沙.泉州.襄阳
3. 农行-忻州.韶关
4. 工行-青岛.苏州
5. 北京银行-南京
6. 柳州银行-柳州
7. 华泰证券-南京.镇江

8. 银河证券-佛山
 9. 海通证券-广州
 10. 广发证券-中山
 11. 中银国际-杭州
 12. 中信证券-成都
 13. 中信建投-南京.重庆
 14. 中原证券-南京
 15. 中投证券-山东
 16. 中泰证券-烟台.济宁
 17. 国元证券-重庆
 18. 国都证券-合肥
- 等部分金融机构