

中国银行对公柜员柜面营销技巧

课时设计：2天

一、营销准备

心情准备：中国银行客户经理岗位职责——公司客户产品营销，个人客户交叉营销

资料准备：工作准备中，检查宣传折页、客户信息表、贵宾客户信息表、客户经理名片等各项营销工具和表单是否充足、完备。若有缺失，在营业开始前应领用完毕。

产品准备：对公产品基础知识，产品分类上货架训练

模拟训练：产品分析与话术提炼

二、柜面一句话营销

1、一句话营销话术

1) 一句话营销语法套路

2) 一句话营销话术

1 模拟训练：小组训练，大组 PK——一句话话术训练

2、一句话营销的最佳时机——营销连连看

1) 根据业务办理情况确定机会

1 办理转账

2 办理汇款

3 开户：一般账户、基本账户

4 挂失

5 办理网银、短信通知等业务

6 购买理财产品

7 办理贷款

8 咨询

9 其他人员转介

2) 根据客户的性格特点确定机会

1 冒险型

2 稳健型

3 当家型

4 打工型

5 急躁型

6 悠闲型

3) 根据产品特性确定机会

1 收益型产品

2 操作型产品

3 风险型产品

4 保本型产品

3、激发客户需求

1) 利益激发技巧

1 以利益或者便利激发客户购买

2 利益激发关键词

2) 引导激发技巧

1 引导员技能

2 引导式营销

3 引导式话术

- 4 引导式激发的关键词
 - 3) 恐惧激发需求
 - 1 以现状带来的问题切入，激发客户购买产品以解决问题
 - 2 恐惧点切入：收益恐惧、操作恐惧、风险恐惧
 - 3 恐惧激发话术
 - 4 恐惧激发关键词
 - 5 模拟训练：一对一激发需求话术训练
 - 5、逆袭：熟练掌握处理异议的套路、语言格式及话术
 - 1) 客户提出异议的类型
 - 2) 处理异议三步曲
 - 3) 处理异议的参考话术
 - 1 模拟训练：一对多处理异议话术训练
 - 4、电话营销
 - 1) 打电话流程
 - 1 电话营销七步骤
 - 2) 短信营销
 - 1 发短信的内容、时间、技巧
 - 5、柜面时间管理
 - 1) 如何把握营销时间
 - 1 何时切入
 - 2 时长把握
 - 3 何时结束
 - 4 结束谈话技巧
 - 2) 适时转介：当客户在柜面时间较长时，其他客户会等候，大堂经理、柜员、值班行长一旦发现，要求一定往转介方向努力。
 - 1 转介话术
 - 2 转介客户分类
 - 3) 柜面客户较多时，如何有选择地放弃和修复
 - 4) 自我时间管理
- 三、综合场景训练**