

银行网点现场管理与营销

培训时间：2天，12学时

培训对象：网点主任

课程目标：

1. 对网点主管的角色有个全面的定位
2. 掌握服务管理的要点
3. 学习国内优秀同行的5S管理
4. 了解员工培养与激励的方法
5. 掌握客户营销与客户管理的技巧

课程大纲：

壹、银行网点主管的角色定位

1. 一流营业厅现场的构成要素
2. 银行网点主管的价值
3. 银行网点主管的管理项目
4. 银行网点主管的角色、职责与素质要求
5. 银行网点主管的的必备能力
6. 银行网点主管的的每日工作

贰、银行网点主管的优质服务管理

1. 服务的涵义
2. 客户服务的金三角
3. 客户服务的四种类型
4. 优质服务的法则
5. 优质服务的四个步骤
 - 1) 对顾客显示积极态度（迎合客户技巧）
 - 2) 识别顾客的需求（倾听、询问、复述技巧）
 - 3) 满足顾客需求
 - 4) 确保你的顾客成为回头客（抱怨与投诉处理技巧）
6. 银行营业大厅的优质服务管理
 - 1) 如何制定银行营业大厅的优质服务标准
 - 2) 如何制定银行营业大厅的优质服务流程

- 3) 如何训练提升营业人员服务技巧
- 4) 如何发现和改善服务问题
- 5) 如何处理服务突发事件

参、营业大厅 5S 管理

1. 5S 管理的概念
2. 营业大厅 5S 管理要点

四、员工激励与士气管理

1. 什么是激励
2. 银行员工激励的误区
 - 1) 柜员士气低落的表现
 - 2) 高负荷下士气低落的原因分析
 - 3) 激励因素在银行团队中应用
3. 银行员工激励的四个挑战
4. 激发员工工作干劲的有效途径：
 - 1) 途径一：了解和满足员工合理需求（马斯洛的需求层次论、工作动机理论、人格特质分析）
 - 2) 途径二：推行 KPI 管理，帮助员工达成目标（目标设定理论）
 - 3) 途径三：不断强化、肯定、欣赏员工的正面行为（强化理论）
 - 4) 途径四：设计激励工作，丰富工作内容（设计激励工作理论）
 - 5) 途径五：不断给予员工期许和责任（期望理论）
 - 6) 途径六：消除员工的不满意，提升员工的满意度（双因素理论）

伍、银行营销的类型

1. 组织营销——以银行组织为主体
2. 人员营销——以客户经理为主体
3. 服务营销——提供优质的服务
4. 超值营销——提供各种优惠
5. 快速营销——“快速出击”、“捷足先登”
6. 口碑营销——利用老客户做宣传
7. 变化营销——不断推出新观念、新概念、新产品、新技术、新服务

8. 咨询营销——举办各种学术活动、讲座、赠书活动、科普活动等
9. 时机营销——把握特定的、有利的时期、时机和利用事件展开营销
10. 联合营销——共享市场资源，发挥各自优势，实现双赢
11. 体验营销——为顾客创造全方位的个性化的体验
12. 情感营销——发挥情感作用，培养忠诚客户

六、银行网点主管的客户营销与管理

1. 目标客户选择
2. 客户开发与产品营销
 - 1) 访问准备
 - 2) 接触客户
 - 3) 与客户商谈
 - 4) 处理异议
 - 5) 促成交易
 - 6) 银行产品营销
3. 客户维护与管理
 - 1) 客户的维护
 - 2) 客户的管理
 - 3) 客户的推出
 - 4) 客户关系管理

七、银行网点主管的目标与计划管理

1. 目标管理的异议
2. 工作目标的三种类型
3. 目标设定的原则
4. 营业厅目标和个人目标的制定方法
5. 目标体系
6. 计划制定的技巧
7. 确保计划顺利推动的要点

八、银行网点主管的现场团队管理

1. 组建团队的技巧

2. 高效团队的构成要素

3. 理解不同个性的人

4. 冲突的处理

九、银行网点主管的现场改善与管理

1. 营业厅的现场问题

2. 分析问题与解决问题的步骤

3. 现场管理主要手法

注：上述课程大纲为银行课程通用版，实际课程会根据客户需求、学员状况、银行特点、授课时长等确定具体课程内容。