

# 深化转型 产能提升

## 【课程目标】

- 思想观念重塑：网点转型升级归根结底是人的转型升级，人的转型升级归根结底是人的理念的转型升级。课程分析最新银行业发展形势，促使学员从心理上认知网点以及个人转型升级的必要性。
- 物理网点重塑：了解新时期物理网点的职能转变，掌握体验型网点的物理布局、人员联动、客户管理的方法和技巧。
- 岗位职能重塑：了解新时期客户服务中心的转移，重塑网点人员岗位职能，领导一线团队借对势，做对事。

## 【课程特色】

- 课程关注当下最新银行业发展形势，与时俱进，带给学员最新网点转型升级课程。
- 课程关键节点设计研讨、演练、实操环节，并辅助流程工具，达到现场掌握、现场进步的效果。
- 课程关注技能落地的同时，关注认知模式的引导和转变，激发学员在课后做到持续学习、持续成长的效果。

## 【课程对象】

- 网点负责人

## 【课程时长】

- 1-2 天

## 【课程大纲】

### 模块 A：行业巨变引发职能转变

重点内容：穷则思变还是居安思危？

- 1、 经济结构调整引发业务重点转移
- 2、 资管新规带来新的挑战和机遇
- 3、 无边界竞争激发无边界服务
- 4、 客户消费场景变化
- 5、 行业巨变引发客户服务模式巨变
  - ◇ 智能化&体验化
  - ◇ 专业化&精细化

### 模块 B：物理网点产能升级——体验型网点打造

重点内容：物理网点不是服务营销的主场，而是客户的体验场

- 1、 依据客户分层设计网点体验场景
  - ◇ 四维体系精准识别客户
  - ◇ 普通客户诱之以利

- ◇ 中端客户行之以便

- ◇ 高端客户动之以情

## 2、普通客户诱之以利

- ◇ 智能设备布局及普通客户分流

- ◇ 基于利益的营销触点打造

## 3、中端客户行之以便

- ◇ 以人-机-物交互引导客户体验

- ◇ 生活化活动场景设计与布置

- ◇ 差异化服务模式解析

## 4、高端客群动之以情

- ◇ 极致服务在物理网点的体现

### **模块 C：岗位产能升级达成网点产能升级**

重点内容：人是链接，实现网点与客户的智能互联

#### 1、大堂经理职能重塑

- ◇ 智慧大堂经理的六个定位

#### 2、柜面人员职能重塑

- ◇ 智慧柜员新时期必备的四项技能

#### 3、理财经理职能重塑

- ◇ 理财经理的三个进阶层次

#### 4、客户经理职能重塑

- ◇ 新时期客户经理三重定位：业务能手、企业顾问、金融专家

### **模块 D：网点产能升级——无边界服务营销模式打造**

重点内容：服务营销无边界，互联网时期线上服务营销模式

#### 1、分层分类

- ◇ 基于金融资产及客户贡献度的分层策略
- ◇ 基于金融产品的客户分类
- ◇ 基于客户社会角色的分类
- ◇ 基于网点阶段目标达成的客户分类

#### 2、电话服务营销模式

#### 3、微信服务营销模式

#### 4、5G 时代线上线下联动营销模式

- ◇ 短视频风口已到来
- ◇ 短视频平台分析
- ◇ 银行网点短视频运营关键：定位
- ◇ 网点短视频作用：网点—微信—短视频联动
- ◇ 短视频内容设计：定客群、定风格、定思路、定结果

- ◇ 直播内容设计：问题点、切入点、关键点、价值点、兴奋点
- ◇ 直播技巧：引流、开场、宣讲、互动、收尾
- ◇ 网点、微信、短视频联动思路解析

## **模块 E：网点产能升级——潜在客户精准化外拓**

重点内容：走出去，请进来，留得住

### 1、找对人——潜力客户发现与挖掘

- ◇ 内部资源梳理与协调
- ◇ 联络人制度建立与维护
- ◇ 重要数据来源与分析
- ◇ 典型客户的七种渠道

### 2、做对事——典型客群开拓策略

### 3、借对力——外拓营销资源整合

- ◇ 外拓营销的四层管理
- ◇ 外拓营销一线网点的五项执行

## **模块 F：网点产能升级——高效能团队打造**

重点内容：打造一支高绩效团队

### 1、高绩效团队的三个属性：自主性、思考性、协作性

### 2、团队自主性打造

- ◇ 授权

- ◇ 跟踪

- ◇ 监督

### 3、团队思考性引导

- ◇ 培养学习型组织

### 4、团队协作性塑造

- ◇ 彻底解决“自私”行为

- ◇ 团队协作需要工作外培养

- ◇ 团队协作需要流程保障

### 5、团队成员激励技巧

- ◇ 目标激励原则

- ◇ 影响激励原则

- ◇ 关怀激励原则

- ◇ 信任激励原则

- ◇ 成长激励原则

- ◇ 竞争激励原则

- ◇ 考核激励原则