

# 厅堂客户场景化服务营销

## 【课程目标】

- 场景化厅堂打造：了解个性化服务营销是银行服务营销升级的必然趋势，掌握服务营销不同客群的场景化厅堂打造思路，使得客户深入体验，达成精准服务营销的目的。
- 场景化服务营销流程：掌握新时期厅堂人-机器-物的有效联动。掌握厅堂客户的分层分类、联动服务营销技巧，提升网点产能。
- 场景化沟通技巧与话术：掌握不同客群的沟通技巧，找准服务营销切入点，达成产品的有效推荐。

## 【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】

- 厅堂人员

## 【课程时长】

- 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
  - ◇ 高速发展转向高质量发展
  - ◇ 供给侧改革、深化结构调整
- 2、 资管新规带来新的挑战 and 机遇
  - ◇ 存贷利率市场化
  - ◇ 打破刚性兑付
- 3、 无边界竞争激发无边界服务
  - ◇ 外部竞争环境变化
  - ◇ 内部竞争环境变化
- 4、 监管环境变化
  - ◇ 脱虚入实
  - ◇ 去杠杆

## 5、 客户消费场景变化

- ◇ 线上/线下促体验
- ◇ 设备/人工真智能

## 6、 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：场景化厅堂打造**

重点内容：不同客群的深度体验场景打造

#### 1、 确定到访客群

- ◇ 差异性客群分类：
- ◇ 个性化客群分类
- ◇ 指标性客群分类
- ◇ 资源性客群分类

#### 2、 确定厅堂主题

- ◇ 主题厅堂打造总纲
- 主题确立的四个参考因素
- 跨界合作的五个思路
- 主题厅堂品牌打造的六个关键点

◇ 差异性厅堂打造的需求逻辑

● 基础客户诱之以利

案例：赠礼型活动的变形与升级

● 中端客户行之以便

案例：茶社银行、养生银行、儿童银行、折扣银行

● 高端客户动之以情

案例：情感关怀、家庭关怀、价值关怀

◇ 个性化厅堂主题打造思路

● 深入研究客群喜好

● 合理营造视觉氛围

● 恰当选择推广方式

● 精准设计产品切入

案例：音乐银行、红酒银行、世界杯银行

◇ 资源性厅堂主题打造思路

● 邻居银行

● 行业银行

● 平台银行

● 渠道银行

### 3、 确定业务场景

- ◇ 获客类业务
- ◇ 流入类业务
- ◇ 流出类业务
- ◇ 线索类业务

### **模块 C：场景化服务营销流程**

重点内容：依据场景进行服务，让营销来得自然而然

#### 1、 客户识别——找对人

- ◇ 外在识别
- ◇ 内在识别
- ◇ 业务识别
- ◇ 联动识别

#### 2、 激发开口——做对事

- ◇ 叫号机位客户信息激发
- ◇ 智能设备位客户需求激发
- ◇ 营销触点位潜在客户激发
- ◇ 等候区位批量客户激发
- ◇ 柜台客户业务激发

◇ 贵宾客户体验升级激发

### 3、 营销切入——说对话

◇ 业务办理切入

◇ 服务升级切入

◇ 客户体验切入

◇ 家常话题切入

## 模块 D：场景化沟通技巧与话术

### 1、 客户沟通技巧

◇ 望：客户信息初判

● 不同年纪、职业、个性客户话题切入技巧

● 客户微行为分析

● 肢体动作服务，成为客户欣赏的人

◇ 问：客户信息探寻与挖掘

● 开放式问题探寻客户需求——五同原则找到有缘人

● 半开放式问题引导客户需求——痛点即是买点

● 封闭式问题确定客户需求——临门一脚要坚定

◇ 闻：客户需求梳理与确认

● 站在客户的角度聆听

- 用肯定的语气回应
- 记录重点信息
- 说出自己的理解确认
- ◇ 切：客户情感拉近
- 寻找身体接触
- 借助呈现工具
- 赞美，赞美，还是赞美

## 2、 产品推荐技巧

- ◇ 推荐话术
  - 功能类产品 FABE 推荐话术
  - 收益类产品递进式推荐话术
  - 复杂类产品引导型推荐话术
- ◇ 异议处理
  - 认同式处理
  - 同理式处理
  - 权威式处理
  - 漏斗式处理