

# 厅堂陆战队——智慧大堂经理塑造

## 【课程目标】

- 思想观念升级：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。
- 岗位技能升级：掌握新时期厅堂动线管理、智能设备布置技巧，做到人-机器-物的有效联动。掌握厅堂客户的分层服务营销技巧，联动其他岗位，提升网点产能。
- 岗位职能升级：使大堂经理成为厅堂管理者，包含客户管理、物品设备管理、服务营销流程管理。

## 【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】

- 厅堂服务人员

## 【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、 行业巨变引发客户服务模式巨变
  - ◇ 经济环境变化
  - ◇ 盈利模式变化
  - ◇ 竞争环境变化——无边界竞争
  - ◇ 监管环境变化
  - ◇ 客户消费场景变化
  - ◇ 网点：智能化&体验化&专业化&精细化
- 2、 网点职能变化引发大堂经理职能转变
  - ◇ 形象窗口——机器的冷威力比不上人的热魅力
  - ◇ 业务专家——熟悉业务才能将智能设备和人工窗口有效结合
  - ◇ 操作专员——有效提升智能设备工作效率
  - ◇ 岗位枢纽——人、机、岗有效联动
  - ◇ 体验引导——客户体验引导者

- ◇ 营销终结——简单产品营销终结者

## 模块 B：新时期厅堂智慧管理

重点内容：做到人-机-物的有效联动

### 1、 动线管理及设备布局

- ◇ 客户动线设计的五大原理
- ◇ 业务关联度——依据业务流程进行设备布局
- ◇ 营销切入度——依据营销时机进行设备布局
- ◇ 客户体验度——依据客户体验进行设备布局
- ◇ 人员配备度——依据人员配备进行设备布局（人员配备建议）

### 2、 智慧厅堂营销氛围打造

- ◇ 契合性——展陈方式契合
- ◇ 交互性——人-物自然交互
- ◇ 引爆性——热点设计引爆
- ◇ 跟踪性——后期行踪可查

### 3、 智慧厅堂服务流程重塑

- ◇ 智慧服务三要素
- 态度是基础
- 专业是关键

- 技巧是升华
- ◇ 从迎接型向引导型转变
- 依据业务分设备
- 依据层次分区域
- 依据认知分模式
- 依据关键分产品
- ◇ 从推荐型向体验型转变
- 视觉体验抓基础
- 交互体验留潜力
- 差异体验粘中端
- 走心体验保核心

#### 4、 投诉预防与处理

- ◇ 防患未然还是亡羊补牢
- ◇ 投诉预防的五项措施
- ◇ 投诉处理的七个关键步骤
- ◇ 阳光心态塑造

#### **模块 C：智慧厅堂的智慧营销模式**

重点内容：分层对待，让客户主动体验，而不是我们主动推销

## 1、 客户识别

- ◇ 外在识别
- ◇ 内在识别
- ◇ 业务识别
- ◇ 联动识别

## 2、 基础客群行于痛

- ◇ 以业务办理方式切入话题
- ◇ 用 SPIN 法则挖掘客户痛点
- ◇ 以认同-赞美-转移处理客户异议
- ◇ 帮客户做决定促成

## 3、 中端客群行于利

- ◇ 以人-机-物交互引导客户体验
- ◇ 用 FABE 法则延伸客户体验
- ◇ 以专业-体验-分享帮客户解决疑问
- ◇ 以服务延续营销

## 4、 高端客群行于情

- ◇ 以家常切入话题
- ◇ 用沟通技巧趋同客户观念

◇ 用时间让客户感受到您的真诚

◇ 忘记一切营销技巧

## 5、 实战演练

◇ 典型客群营销模式研讨

◇ 典型业务产品推荐研讨

◇ 典型区域产品推荐研讨