

智慧网点 智能重塑

——大堂经理综合技能提升训练营

【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】

- 大堂经理

【课程时长】

- 2-3 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
- ◇ 营销触点位潜力客户激发
- ◇ 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

模块 D：无边界服务营销模式

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

- ◇ 三条短信做铺垫
- ◇ 五通电话建联系
- ◇ 电话服务营销流程及话术

3、微信服务营销模式

- ◇ 如何自然的加个微信
- ◇ 朋友圈如何塑造“正常”形象
- ◇ 到底该给客户发怎样的信息？

4、核心客户关系建立五边形

- ◇ 核心客户的注意力在哪里？
- ◇ 打造社交平台，和客户共成长
- ◇ 关注客户家庭，和客户成为家人
- ◇ 融入客户生活，凸显社会地位

◇ 为客户创造利益，才能体现我们价值