

幸福营销学

课程收获：

- 1、通过积极意识提升，化压力为动力
- 2、通过积极心理建设，提升个人及团队幸福指数；及时了解服务缺憾，增强团队凝聚力
- 3、通过主动服务，展示高职业素养，提升营销效能
- 4、通过积极营销，建立良好的客情关系，让业绩倍增

课程对象：全能柜员、客服专员、客户经理

时间：1-2天

课程大纲：

一、让压力成为动力

- 1、案例分享：你幸福吗？
- 2、心理学研究：幸福的 PERMA
- 3、分析：银行人的五座大山
- 4、实操：绘制你的压力图
- 5、应用：打开幸福密码

二、内驱力—化被动业绩指标完成到主动营销

- 1、心理学研究：马斯洛需求层次、埃里克森理论
- 2、应用：6大美德、24品格优势
- 3、实操：将品格优势变成营销动力
- 4、应用：我很重要

三、服务与营销一体化

- 1、案例引入：两个典型服务案例
- 2、分析：服务的层次、服务营销中的 250 法则
- 3、讨论：幸福在哪里——换个角度看服务
- 4、结论：服务中要关注“精神——产品”路径
- 5、应用：
 - (1) 做好服务的终极目标是营销 权力/能力/地位（安全感无小事）
 - (2) 客户留存：帮助、爱每一位客户，那怕是举手之劳
 - (3) 积极客户联络：微信营销：用好 3 个广告位、打好 2 张牌、N 次曝光率
 - (4) 存量客户激活：1 个重点、2 种铺垫、3 段话术、4 阶维护、5 破异议、

6 类促成

- (5) 厅堂活动营销 5 类活动
- (6) 公私联动的杀手锏 客户很重要
- (7) 客户裂变的持续性 感恩

四、快乐工作与幸福生活一体化

- 1、案例：烦躁的客户和无辜的我们
- 2、讨论：多问一个问题可以化解客户和我们自己的困恼
- 3、沟通原则：同理心——初级共情、高级共情
- 4、应用：
 - (1) 一句话化解客户情绪
 - (2) 沟通的三个动作、五颗心
 - (3) 缓解焦虑、积极沟通

五、个人成长与业绩增长一体化

- 1、案例分享：董宇辉的爆红
- 2、讨论：个人成长与业绩的关系
- 3、心理学研究：洛萨达比例
- 4、找到恭敬心：一切业绩的基础
- 5、应用：个人成长与业绩增长的持续力：三件好事