

# 《零售网点管理标准化转型》培训方案

## (一天)

### 一、精品培训课程大纲

【课程大纲】

#### 第一部分 金融新形势分析

##### 一、银行网点定位变迁

- 1、交易中心
- 2、营销中心
- 3、体验中心

##### 三、新思维一：网点发展方向

- 1、定位特色化
- 2、服务体验化
- 3、营销社区化
- 4、管理规范化的

##### 四、新思维二：客户经营

- 1、批量获客
- 2、分层管理
- 3、分类经营
- 4、盘活有序
- 5、维护有度

#### 第二部分 厅堂营销管理策略转型——支行营销首要阵地-厅堂营销管理

## 壹、 网点营销管理流程转型要点

### 1、 网点定位转型：客户定位、业务定位、功能定位、资源配置优化、经营策略定位；

案例分析：主题网点—儿童金融专业网点、老年主题网点

### 2、 网点亮化工程--氛围营造：

A、 硬件：厅堂布置、展示内容、功能分区如何为氛围营造服务；

B、 软件：员工风貌、团队目标建设、领导行为导向如何为氛围营造服务。

### 3、 网点岗位设置、职责分配转型：

A、 五大关键岗位职责确定：大堂经理、高柜柜员、低柜理财经理、贵宾理财经理、营业部经理；

B、 各岗位五大关键指标确定：关键职责、关键流程、关键行为、关键技能、关键工具。

### 4、 网点厅堂服务营销转型—打造联动营销、全员营销：

A、 服务营销四大金刚：高柜、低柜、个人客户经理、对公客户经理

B、 网点打造流程化销售要点：发现客户、建立信任、激发需求、产品展示、异议处理、销售促成、客户跟踪。

现场情境演练：联动营销话术演练、全员营销话术演练。

### 5、 日常管理转型—做教练型领导：

A、 网点日常管理流程分解：晨夕会、三巡两示范；

B、 各步骤管理要点：晨会、夕会、三巡两示范。

## 二、 网点存量客户差异化开发转型

### 1、 筛选名单：厅堂流量客户、存量客户、片区客户

### 2、 发送服务通知短信：

案例学习：短信模板、内容话术编排艺术、发送节奏

### 3、 电话邀约：

A、 流程：开场白、致电内容、敲定时间

### B、 电话邀约八大技巧

### 4、 个性化产品推荐服务：

- A、SPIN 引导技巧
  - B、高效沟通谈判六步骤
- 5、银行产品呈现技巧：
- A、FABE 法则；
  - B、交叉营销技巧。

### **第三部分 外部客户开发策略转型——客户获取-多种渠道寻找优质客户**

#### **一、片区创新开发获客**

- 1、片区调研
  - A、确定重点企业、商户、社区；
  - B、摸清客户类型、资源状况；
  - C、收集客户详细资料；
  - D、了解片区内同业渗入的情况；
  - E、确定重点对象，根据客户需求制定可行的营销方案；
- 2、片区开发活动设计设施步骤
  - A、活动组织策划
  - B、关键人联络沟通
  - C、活动预热造势
  - D、活动现场实施
  - E、活动后续跟进

#### **二、支行创新批量营销活动**

- 1、会议营销活动设计
- 2、活动现场实施技巧
- 3、后续跟进的技巧

#### **三、专项营销创新获客活动**

- 1、老年客户营销设计
- 2、女性客户活动设计
- 3、亲子活动设计
- 4、代发工资客户活动设计
- 5、节日营销活动设计

### **第三部分 经营策略转型——客户经营-留住并发掘客户潜力**

## **一、客户经营之客户激活六步曲-寻找遗漏的金子，培育未来客户**

- 1、第一步：客户梳理及分配。
2. 第二步：客户建档。
3. 第三步：客户信息收集。
4. 第四步：确定客户适销服务或产品。
5. 第五步：适销产品短信推荐和客户邀约。
6. 第六步：不断重复和坚持。

## **二、客户经营之交叉销售-捆绑客户，提高忠诚度**

- 1、客户交叉销售率和产品覆盖率统计分析
- 2、推出转型提高覆盖率的营销活动
- 3、全力推动目标业绩达成

## **三、客户经营之公私联动-综合化营销**

- 1、公司业务带动个金业务的机会点
- 2、个金业务带动公司业务的机会点
- 3、公私联动的整体营销思路
- 4、中小型企业主和小微企业的公私联动技巧

## **四、客户经营之客户转介绍-成功吸引成功**

- 1、客户转介绍的步骤流程
- 2、客户转介绍的活动设计
- 3、跨部门客户介绍的绩效考核