

厅堂致胜 一“网”无遗

--厅堂营销&网沙运作训练

银行将成为一种服务，而不是一个场所。

现如今，面对客户到点率的降低，服务营销将显得更为重要，而厅堂作为网点的门面，不仅是营销的前站，同时也是联系客户与柜面以及理财经理的纽带和桥梁，厅堂主动且专业的服务营销，将对之后的客户资产留存及提升，起到关键的作用。

而网点沙龙的运作，也将从以前的纯产品销售，转变为以“养客”带动“销售”的模式，“养客”可以培育客户的忠诚度和粘合度，“销售”则可以提升客户的资产总量，实现网点经营的良性循环。

本课程即以上述的厅堂营销和网沙运作为主题，通过两天一晚的培训与训练，提升理财经理的厅堂营销和网沙运作能力，最终实现网点产能的提升。

【课程讲师】 马学军老师

【课程时间】 2.5 天（15 课时）

【培训方式】 主题讲授+案例展示+小组研讨+模拟演练+互动点评

【课程大纲】

共同思考：

网点标准服务流程有哪些？

第一讲：厅堂致胜（3课时）

一、服务流程的“三主动”原则

1.主动问候 2.主动招呼 3.主动关怀

二、开门迎客流程

1.为什么要进行开门迎客？ 2.开门迎客的标准？

三、业务咨询流程

1.积极倾听 2.重复确认 3.首问负责

情景演练：厅堂常见场景模拟演练

四、厅堂客户需求激发

1.激发客户需求的关键点分析

2.厅堂一句话营销话术

小组讨论：根据网点客户情况、产品体系，讨论一句话激发客户需求

五、巧用等待，批量开发

1.运用厅堂微沙龙，巧妙批量开发

◇ 什么是厅堂微沙龙

◇ 厅堂微沙龙的操作流程、内容及道具

情景演练：根据网点客户与产品情况，设计厅堂微沙龙的操作流程与话术，并进行模拟演练

第二讲：网点沙龙运作训练（12 课时）

互动：请简要展示网沙的运作全过程

一．网沙运作之客户筛选误区

1. 重资产轻结构

仅关注客户在本行的总资产，忽略资产结构

2. 重年轻轻性别

仅关注年龄范围的选择，忽略性别的差异化

3. 重本行轻他行

仅关注客户在本行的资产情况，自动淘汰轻资产客户

二．我们需要什么样的网沙

1. 网沙与产说会的区别

2. 传统网沙的运作模式

3. 小型网沙的运作模式

三．网沙运作的三要件

1. 主持人的特质

- ◇ 良好的个人形象
- ◇ 清晰流畅的口头表达能力
- ◇ 台风
- ◇ 控场能力
- ◇ 亲和力
- ◇ 内涵

2. 主讲人的特质

- ◇ 形象良好
- ◇ 能与客户建立共识
- ◇ 激发客户的互动热诚
- ◇ 有系统地整理主讲的资料
- ◇ 有耐心地引导客户去思考
- ◇ 能有效的将专业知识与生活结合在一起
- ◇ 自己也能不断地学习追求进步

3. 主题

- ◇ 题材新颖，与时俱进

- ◇ 主题多样，满足客户
- ◇ 排列组合，迭代创新

四. 主持主讲训练

训练一：完成三分钟自选主题主持主讲

一. 分析上述的演讲

1. 剖析主持主讲的四种害怕心态

- ◇ 害怕做错；
- ◇ 害怕丢脸没有面子；
- ◇ 怕不被人接受；
- ◇ 害怕无法掌控局面；

2. 压力的原因

- ◇ 自己给自己造成的；
- ◇ 主观的看法，过分在意别人对自己的看法；

3. 造成的结果

害怕是压力的来源，脑海空白是压力造成的结果

二. 客户喜欢的网沙氛围

1. 场地

平等开放式，而非会议式

2. 客户受到尊重

牢记每一位被邀客户得称呼

3. 客户的意见被讲师肯定采纳和尊重

对于客户所提出的意见加以肯定

4. 客户能够参与全过程

引导客户全程参与探讨

三. 聊天式沙龙---让你的销售场景化

1. 聊天网沙的特点

- ◇ 从单一产品销售向全量转变
- ◇ 以专业赢得信任，先养客后销售
- ◇ 呈现生活化的专业形象，给客户全新的视觉和听觉冲击

2. 以话题带入产品，更易营销

- ◇ 标普新解
- ◇ 全球经济分析
- ◇ 最新政策解读

3. 聊天式网沙的前期准备

- ◇ 客户筛选
- ❖ 长期配置理财产品的客户
- ❖ 有三年期定期存款的客户
- ❖ 有国债配置的客户
- ❖ 有保险配置的客户
- ❖ 有基金亏损经历的客户

2. 客户邀约

- ◇ 深入人心的电邀话术
- ◇ 各类客户的交叉邀约
- ◇ 爽约客户的二次邀约

3. 会场布置

- ◇ 场地的选择
- ◇ 物料道具的准备
- ◇ 场景的布置

四. 聊天式网沙的操作

1. “聊天”从第一个客户到店开始

情景模拟演练

2. “网沙”从把话题切给第一个客户开始

主持主讲模拟演练

3. “活动”从道具开始

主持主讲模拟演练

4. “正题”从客户关注的问题开始

主持主讲模拟演练

5. “认知”从高德地图开始

主持主讲模拟演练

6. “成交”从专业呈现开始

情景模拟演练

五．网沙主题的设计及训练

1. 网沙主题

- ◇ 主题设计要素
- ◇ 主题设计八步法
- ◇ 主题框架设计思路
- ◇ 客户需求与解决方案

2. 主题演讲训练

结合培训中自制的主题课件，或讲师提供的六个主题课件，每位参训学员进行

主持主讲串场训练

六．课程回顾