

《互联网引爆网点产能》

——讲师：陈方晖

课程背景：

在当今网络经济飞速发展的时代，商业银行的营销模式正在发生剧烈的转变。

银行的传统营销模式先进性和多样性不足，因此拓宽营销渠道、创新客户体验、提高营销绩效势在必行。和其他营销平台不同，电话营销以其成本低、效率高使其成为银行重要的营销渠道之一，并且利润效益呈现喜人现象。但是，有些客户经理对电话营销退避三舍，烦恼不已，究其原因何在？如何开展电话营销？如何通过电话营销实现既定预期，本次课程将告诉您答案。

授课风格：

陈方晖老师从事银行营销、培训、管理十几年，拥有极其丰富的实战经验，其带领的团队一直保持喜人绩效，得到业界高度认可。其课程实战指导意义和落地可操作性极强，并且课后拥有一套完整的绩效追踪体系和工具，是其区别于其他老师最大的亮点。

课程收益：

- 一、完善知识结构--认识银行利润增长趋势，熟知电话营销环境，调整电话营销策略。
- 二、激活职业心态--助推思维转变，认识专业素质重要性，提高技能提升积极主动性。

三、训练从业技能--丰富营销技能、掌握电话营销方法、攻坚技巧提高营销产能绩效。

课程时间： 2天

授课方式：讲师讲授+案例分析+视频互动+角色扮演+情景模拟+实操演练+尖峰对决

授课对象：零售条线负责人、支行行长、网点主任、客户经理、理财经理

课程大纲：

序

第一讲：2022年网点运用互联网营销

壹、以往与现状的分析

贰、如何做好应对

第二讲：实体网点该何去何从？

壹、作为交易结算的服务窗口的网点，将逐渐边缘化！

贰、作为客户一站式综合服务的窗口网点，将依然得到客户的拥护！

叁、物理网点必须得几个转变：

分部财富化 资源轻型化 管理智能化 功能综合化 服务场景化

第三讲：传统银行业的突破口在哪里？

突破一、客群化经营： 客户经营客群化 客群服务体系化

网点特色化 产品客群化

突破二、生活化服： 打造金融与非金融综合化服务

建设区域生态圈

一站式服务

突破三、平台化获客： 内部客户经营提升平台化

外部获客平台化合作

突破四、场景化营销： 自营渠道场景化 外部场景植入化

突破五，精细化管理： 目标达成过程化 分析决策数据化

第一篇：厅堂联动策略篇

一、大堂服务营销的联动模式

1. 大堂转介

1) 主动营销的概念

2) 识别动机与商机 案例分享：做一个善于观察的人

3) 联动流程

2. 柜员转介

1) 联动流程

2) 服务营销七步法

3. 专人营销 小组讨论：一句话营销话术

二、联动营销的注意事项

1. 专人专岗

2. 全员转介

3. 专人销售

三、各职责区服务营销规范

大堂经理的营销流程及关键点

1.大堂经理营销流程

2.大堂经理营销的四大关键点

柜员的营销流程及关键点

- 1.柜员识别推荐流程
- 2.柜员交叉营销的四个关键
- 3.柜员一句话营销的三个要点
- 4.提升柜员营销的三大基本要求

理财经理/客户经理的营销流程与关键点

- 1.营销岗位的二大工作重点
- 2.客户关系管理的四个阶段
- 3.客户关系的日常管理
 - 1.客户的分类方法
 - 2.客户关系的日常维护
 - 3.客户信息的日常完善
 - 4.客户营销工具的管理

四、客户营销的流程与技巧

- 1.识别客户的六大关键信息
- 2.运用八大线索与客户开启对话
- 3.赞美客户的5大要点
- 4.倾听客户的技巧
- 5.提问客户的技巧
- 6.产品说明的两大工具

五：厅堂投诉处理六步曲

- 1.受理投诉
- 2.隔离客户
- 3.安抚客户
- 4.投诉调查
- 5.投诉处理
- 6.跟踪服务

第二篇：网点营销的方法与技巧

一、客户识别

- 1.目测识别—MAD法则
- 2.客户特征及识别方法

小组讨论：客户适销产品推荐表

二、建立信任

- 1.有效沟通
- 2.真诚赞美

视频：高效的沟通

三、激发需求

- 1.SPIN法则

- 1) 现状(Situation) : 怎么样
- 2) 问题(Problem) : 为什么
- 3) 暗示(Implication) : 还会怎样
- 4) 解决(Need-Payoff) : 是否

2 . SPIN 法则范例分析及讨论

模拟演练 : SPIN 话术练习

四、介绍产品

1 . FABE 法则

- 1) Feature 产品特色
- 2) Advantage 产品优点
- 3) Benefit 产品优点能给客户带来的好处
- 4) Evidence 相关佐证信息

2 . FABE 法则范例分析及讨论

模拟演练 : FABE 法则练习

五、异议处理

案例讨论 : 电子银行类产品的异议处理 案例讨论 : 保险类产品的异议处理

六、促进成交

- 1 . 发现购买信号
- 2 . 提出购买请求
- 3 . 暂时没有成交客户的后续跟进

第三篇 : “三量”掘金

第一讲 : 留住流量网点营销

- 知识点 :
- 1 营造氛围 (临街、入口、厅堂、柜面、贵宾区)
 - 2 厅堂营销 (对公、对私、大堂经理、客户经理四力提升)
 - 3 柜面营销 (战斗力提升)
 - 4 项目思路 (1345 模式)

第二讲 : 深挖存量开拓

- 知识点 :
- 1、客户数据分析
 - 2 归档管理
 - 3、短信
 - 4、电话沟通
 - 5、休眠客户激活
 - 6、存量客户提升 3566 模式
 - 7、防流失

第三讲 : 外拓增量策略

知识点：1 对公业务 2 对私业务 3 外拓营销（阵地联动路演沙龙社群）
4 行外吸金引爆联动 5 实战：两扫五进
6 实战：不良贷款清收） 7 特色客群获客
8 厅堂策反客户 9 临时提升客户
10 到期转化客户 11 他行策反客户

第四篇：目标客群开发营销

第一讲：目标客户群开发

知识点：1 定位与需求（老年 女性 亲子 商贸 代发 务工）
2 需求分析与调研（路径分析 场景分析 特征总结）
3 活动经营策划（体验互动类 知识竞赛类 公益收获类）
(公益共享类 联盟类 个性服务类)

第二讲：产品组合营销

知识点：1 产品组合营销 2 探寻引导顾客需求——spin 技巧
3 产品销售话术提炼（把产品特点转化为客户利益）
4 客户异议处理技巧 5 促成交易八法

第三讲：主题营销互动策划

知识点： 促销沙龙型：优雅女人节 互动娱乐型：春节七天乐元宵节
节日需求型：浪漫情人节 节日异业联盟：二月二
传统风俗型：腊八节 春节需求型：小年夜

第五篇：实战演练篇

1：存量客户深挖（小组 PK）

激活休眠客户：客户筛选、短信破冰、电话邀约、短信提醒

全套文字写作模版、电话话术——全部教会你，并互动演练实操

2：存量客户邀约（小组 PK）

顾问式销售：引起兴趣、探寻需求、满足需求、处理反对意见、现场成交

55387 法则与客户拒绝应对话术——现场角色互换实训

3：SPIN 销售法演练

找出客户现有背景的事实！ 引发客户说出隐藏的需求！

放大客户需求的迫切程度！ 揭示自己产品价值和意义！

分组针对自有客户运用 SPIN 销售法寻找出：S、P、I、N 营销突破亮点

4：特色客户群筛选营销（分组 PK）

(1) 企业高管及私营业主客户 (2) 老年客户

(3) 商贸结算户 (4) 女性客户 (5) 农村种养殖户、

带领学员针对各类客户撰写顾问式销售话术——角色互换演练

5：增量客户外拓（小组 PK、分组 PK）

实践两扫五进，进行陌生拜访、直至追销、成交。

十大成交法现场运用：（富兰克林、贵宾、冲击波、自残成交法）等

6：厅堂与柜面营销（大组 PK）：

话术训练、1345 模式训练、

7：电话邀约话术（不同客群）

1、潜力客户激活 2、中端客户提升 3、高端客户防流失

4、临界客户提升 5、到期客户转化

第六篇：线上获客与维护客户篇

1：电话营销流程管理

一、准备工作

二、客户语言接触过程

- 1、八大破冰点
- 2、营销工具包
- 3、客户信息采集要点
- 4、提高客户沟通质量要点
- 5、如何处理“敷衍”类、“野蛮”类等客户

三、产品推荐

- 1、FABE 原则
- 2、三大推荐方式
- 3、产品推荐话术展示和演练

2：线上获客营销

1.微信门面装修与微信群的扩群策略

- 1) 论点：界面三要素-照片，名字，签名
- 2) 论点：发帖三大关键
- 3) 论点：客情维护五技巧
- 4) 案例：大客户的微信问候为何被批

2、易启秀与互动吧制作编制

3、线上视频、音频分享会（小额通）

3：十大精准获客营销

老年客群、女性客群、亲子客群、白领客群、商贸客群

务工客群、种养客群、新生代客群、高管客群、特殊客群