

《数智时代下银行服务营销助力银行网点产能提升》

——以客户价值成交为目标，基于业务场景，立足解决实际问题的营销策略——

【课程背景】

当今银行业的竞争进入了多元立体式的竞争，利率市场化、存款保险制度、互联网金融、民营银行、社区银行等国家制度的不断推出，加之新型竞争对手的不断出现，客户体验要求越来越高，传统的银行经营方式已经不能适应银行的今后发展，银行网点的大堂经理、客户经理等岗位人员，对于适应客户为中心的变化而变化，银行服务每年都在提升，客户的不满意度反而在不断增加，产品销售难度越来越大究其原因，还是没有能很好的走到客户的前面去引导客户，而是一味的跟在客户的后面不断去应对。在当前的情况下，无论你是什么行业，也无论你是哪一产业，只要你需要找客户，你就是服务业。而太多的企业虽然规模扩张了，市场增长了，但客户服务却问题频出，客户满意度不断下滑，而同时，同行业优秀的竞争者不断的出现，甚至外资企业的进入，给予了客户更多的选择。如何在同质化竞争的今天打造企业的核心竞争力更是摆在管理者面前的一道不得不面对的难题。本课程将通过系统的流程、实战的技巧，让学员认知服务理念、提升服务意识，掌握专业的客户服务沟通技巧，提升员工服务职业化水平，打造企业基于服务的核心竞争优势。

课程借鉴国内外银行网点经营的先进服务营销理念，结合国内不同银行的转型操作中的优势，把国内不同银行的网点中服务营销优势做了详细的结合，以实际案例为导向来研发而成，本课程最大亮点是实战性强，可操作性强，效果提升明显。

【课程对象】客户经理、大堂经理

【课程收益】

- 1、掌握网点现场服务规划的要点
- 2、掌握现代银行客户服务的新关键点
- 3、梳理整个网点服务营销规范的实际操作
- 4、熟练运用客户抱怨投诉处理的方法
- 5、网点转型中营销环境的营造
- 6、网点具体产品销售话术
- 7、网点员工心理及心态的调整
- 8、新环境下客户开发的核心原则
- 9、互联网下的客户关系管理与维护
- 10、网点平台式经营策略
- 11、新媒体营销工具运用

【授课形式】案例、互动、分组讨论、行动学习

【课程时间】2.5天 6小时/天

【课程大纲】

第一部分 大堂经理的现场管理

1、营业网点的功能分区布局

案例分享：以客户为中心的兴业银行网点布局

2、营业厅现场环境营销布局

案例分享：建行、邮储、恒丰银行的营销设计

3、现场环境标准化管理

案例分享：为什么大堂经理会被事务性的工作困扰？

4、让“不动”的硬件自己卖产品

案例分享：恒丰银行的 120 万理财客户的开发启示

第二部分 大堂经理的客户识别及分流

1、客户接待识别的核心能力

案例分享：中信银行的理财客户接待技能分享

2、客户识别的三种技巧

以人识别，以物识别、以事识别

案例分享：大堂经理一个 vip 号带来的 1200 万存款

3、客户识别后的话术应对

4、客户分流的原则

案例分享：网点忙与闲分流有怎样的区别

5、客户分流的引导流程

6、不同区域的引导技巧的差别

7、客户分流的技巧及话术

第三部分 大堂经理的专业服务营销技能

1、什么是真正的网点服务？

案例分享：服务做好了营销就是一句话的事

2、银行网点服务营销的巧话术

案例分享：等候区客户万能营销一句话

3、银行现场批量营销的技巧

案例分享：某银行的现场批量营销

4、银行现场客户异议处理技能

案例分享：客户购买异议的话术宝典

5、银行产品现场销售话术训练

案例分享：理财产品、基金、电子类产品、存款营销话术

案例分享：一个 320 万客户的挽留技巧

第四部分 互联网科技对银行网点服务营销的冲击

1、智能银行能替代的是什么？

案例分享：智能银行对传统行业的冲击

2、互联网金融下的银行营销核心

案例分享：银行营销的本质

3、银行产品核心价值是什么？

案例分享：互联网解决不了银行产品核心价值

第五部分 服务营销 4.0 下的网点服务新模式

1、“服务比十年前好，投诉比十年前多”带给我们的思考

案例分享：网点以客户为中心的服务设计

2、服务营销 4.0 下的网点客户满意度提升的三大核心要素

案例分享：网点万能服务营销的一句话

3、网点客户预期管理流程梳理

案例分享：某银行客户为什么等待更久反而满意度更高？

4、客户投诉处理的原则及技巧

案例分享：处理投诉的流程设计方法

视频分享（多家银行视频案例分析）

5、网点客户投诉处理案例集

第六部分 服务营销 4.0 下的网点营销技能培训

1、转型下的银行网点营销新模式

案例分享：新媒体化、沙龙化、定向化

2、转型银行网点中联动营销训练

案例分享：2700 万客户的联动营销

3、转型银行网点中的交叉银行、全员营销之案例分析

案例分享：经营粉丝还是经营客户？

4、转型银行网点营销之大堂经理营销法则

案例分享：大堂经理客户识别的一个 3200 万的客户

5、银行网点之理财经理营销话术技巧

案例分享：客户购买理财产品异议话术集锦

7、服务营销 4.0 下的银行网点之客户开发

案例分享：银行经营个人品牌的时代已经到来

(连续四年个人每年新增存款超过一个亿)

第七部分 服务营销 4.0 下的银行业绩提升的六大方式

1、业绩提升之微信在银行客户营销中的运用

案例分享：微信带来的业绩 270% 的增长

2、业绩提升之客户关系分级维护与升级

案例分享：某行的一次 1.3 亿存款的客户维护活动

3、业绩提升之银行存量客户的二次开发

案例分享：47 条短信带来的 950 万理财

4、业绩提升之营业厅的现场环境营销管理

案例分享：一个展页加一句话带来的 147 万理财

5、业绩提升之客户分类营销

案例分享：精细化营销之道

6、业绩提升之沙龙与外拓营销营销活动实施

案例分享：某银行的“小小银行家”