

# 《网点服务营销体系搭建及综合产能提升》课程大纲

课程大纲：

## 第一部份：服务营销准备篇

### 第一讲：重现发现网点的价值

一、未来还需要网点吗？

1、用案例及数据分析未来网点的价值所在

二、网点发展四阶段

三、贵行处于哪个阶段

### 第二讲：什么是网点转型

一、网点转型的误区

1、转型就是装修改造

2、转型就是卖产品

二、什么是网点转型

三、网点转型后各岗位定位

1、最行行长——网点行长

2、超级明星——大堂经理

3、营销达人——个人业务顾问、客户经理

4、珍贵柜员——柜员

### 第三讲：服务营销意识篇

一、建立“双赢”理念

案例：雷士照明吴长江

二、客户是上帝吗？

三、服务营销的四人心态

引入案例：九个人过桥的试验

1、商人心态

2、男人心态

3、大人心态

4、超人心态

四、服务营销七大转变

1、由单一的业务办理向综合的服务营销转变！

2、由关注业务功能向关注客户需求转变！

3、由业务办理人员向客户服务顾问转变！

4、由无差别服务向差异化服务营销转变！

5、由关系开发向工具开发转变！

6、由注重外部拓展向注重赢在大堂转变！

7、由突出个人能力向团队协作转变！

案例：乔布斯——试错比前进更重要

**第二部份：服务营销识别篇**

**第一讲：识别推荐**

一、客户识别 MAN 原则

1、有钱

2、有权

3、有需求

## 二、客户识别技巧

1、望

2、闻

3、问

4、切

## 三、大堂识别

1、大堂识别技巧

2、大堂识别后的响应机制

## 四、柜面识别

1、柜员服务七步曲

2、柜面识别工具运用

## 第二讲：引导分流

引入案例：大禹治水

一、为什么要引导分流

二、贵宾客户引导原则

三、一次分流、二次分流、三次分流的关键点

案例：二次分流的视频

四、引导分流的前提：厅堂布局优化

案例 1：草坪铺路的故事

案例 2：宜家的行径路线图

1、什么是动线管理？

2、动线管理下的网点布局优化

## 五、引导分流的管理：大堂管理模式

### 1、定点站位

### 2、区域管理

### 3、全面协调

案例演练：绘制网点布局图，制作大堂管理模式行动表

## 第三部分：服务营销沟通篇

### 第一讲：高效沟通的技巧

#### 一、说的技巧

##### 1、开场八大技巧

##### 2、善于赞美

演练：你会赞美吗？没那么简单吧！

#### 二、听的技巧

#### 三、观察的技巧

#### 四、不同类型客户沟通技巧

##### 1、客户的分类

##### 2、不同客户沟通关键点

### 第二讲：探索客户需求

#### 一、客户金融需求五层次

##### 1、马斯洛需求五层次理论

##### 2、客户金融需求五层次

#### 二、探索客户需求 SPIN 技巧

引入案例 1：电影《非诚勿扰》片段

引入案例 2：触龙说赵太后

1、什么是 SPIN 技巧

2、SPIN 技巧分析

#### **第四部分：服务营销工具篇**

##### **第一讲：营销氛围打造**

一、网点现有营销物料现状

二、营销台卡的引入

三、营销台卡的设计

演练：分组 PK 设计营销台卡

##### **第二讲：营销触点**

一、寻找客户接触点

二、不同接触点的接触时间

三、不同接触点的接触频率

四、不同接触点产品和服务宣传营销要点

##### **第三讲：短信、电话的运用**

一、短信营销

1、产品推荐的短信发送

2、温馨服务的短信发送

3、超值感受的短信发送

4、分享喜悦的短信发送

5、体验营销的短信发送

6、贵宾服务的短信发送

## 二、电话邀约

案例：分享电话邀约的视频

1、电话邀约的目的

2、电话邀约的准备

3、电话邀约的流程

4、常见的开场白

5、电话邀约话术参考

## 第五部分：服务营销流程篇

### 第一讲：话术设计

一、FABE 原则

二、语言介绍的注意点

三、增强语言说服力的三种方法

案例：产品话术举例

演练：分组设计产品话术

### 第二讲：异议处理

一、异议处理原则

案例：异议处理话术举例

### 第三讲：快速促成

一、促成交易七法

二、选一法

1、下一步骤法

2、次要理由法

3、名人效应法

4、从众成交法

5、期限成交法

6、激将成交法

### **第六部分：服务营销实战篇**

案例演练、点评：

1、案例1：它行贵宾客户来网点办理汇款业务

2、案例2：老太无预约大额取款，欲去它行购买理财产品

3、案例3：业务办理过程中，柜员发现客户账户有大额闲散资金

4、案例4：客户欲购买理财产品，但本行暂时没有产品满足其需求