

银行旺季营销引爆厅堂

讲师：王雪

课程背景：

随着中国银行业改革转型不断深入，银行之间的竞争日趋白化，国内银行经营所面临的市场环境也逐渐发生变化，“危”与“机”并存。国内银行要把握发展机遇，就必须具备前瞻性的视野和不断进取的胆略，秉承“蓝海战略”思想，积极实施变革与转型，从而提高核心竞争力。

在此背景下，各大银行也开始积极实施变革与转型，提高核心竞争力。在银行的整体布局规划中，网点是最重要的环节之一，是银行与客户直接交流的第一平台，是银行参与市场竞争的重要资源，各家银行纷纷提出赢在厅堂的转型口号，尤其在开门红期间更是提升网点产能的绝佳时机，如何利用好这段商机产生引爆厅堂的效能，将是本课程的终极目标。

课程收益：

厅堂各岗位服务营销流程梳理与固化
网点存量客户管理、商机管理能力提升
外拓营销能力提升
组织沙龙能力提升

课程时间： 2天，6小时/天

课程对象： 银行网点负责人、理财经理、客户经理、大堂经理、柜员等

课程大纲

第一讲：厅堂服务营销流程梳理与固化

一、调整和优化网点布局，打造旺季营销氛围

1. 静态氛围（视觉、听觉、触觉）
临街-入口-厅堂-柜面-贵宾区
2. 动态氛围
各岗位员工积极热情联动营销的状态

二、柜员服务营销技能提升

1. 柜面服务“七步曲”
2. 针对渠道类产品：一句话营销四步曲、三多营销
3. 针对投资类产品：联动营销
4. 客户识别的方法与技巧
5. FABE 话术、SPIN 话术辅导
6. 营销异议处理及促成技巧

三、大堂经理服务营销技能提升

1. 大堂服务“七步曲”
2. 触点营销

3. 联动营销
4. 等候营销
5. 高峰沙龙营销
6. 厅堂礼品促销及活动促销

第二讲：网点存量客户管理、商机管理能力提升

一、存量客户分层分级管理

1. 存量客户四级管控和服务
2. 存量客户升V计划
3. 五大抓手、五大步骤

二、理财经理电话邀约技巧

1. 电话营销话术演练
2. 异议解答话术演练

三、理财经理商机管理机制

1. 潜在客户商机跟进表
2. 商机过程跟踪六步曲

第三讲：外拓营销能力提升

一、外拓营销的分类

1. 社区营销
2. 商圈营销
3. 企业营销
4. 沙龙营销

二、外拓营销的流程

1. 片区开发

- 1) 区域划分
- 2) 信息收集
- 3) 客户分析
- 4) 策略研讨

2. 前期准备

- 1) 人员分工
- 2) 物料准备
- 3) 电话预约
- 4) 设计工具

3. 客户拜访

- 1) 建立信任
- 2) 需求挖掘
- 3) 产品推荐
- 4) 异议处理
- 5) 交易促成

4. 后续跟踪

- 1) 档案整理
- 2) 总结改进
- 3) 客户回访
- 4) 再次拜访

第四讲：沙龙组织能力提升

一、沙龙组织概述

1. 沙龙定义
2. 沙龙组织的意义
3. 沙龙组织的形式

情感交流类：客户答谢会、品酒茗茶等

客户教育类：亲子教育、理财沙龙等

二、沙龙组织流程

1. 会前准备

- 1) 网点沟通
- 2) 场地选择
- 3) 客户筛选及邀约
- 4) 会前分工会议
- 5) 会前培训

2. 会中操作

- 1) 气氛调动
- 2) 里应外合
- 3) 现场促成
- 4) 确认购买意向

3. 会后跟踪

- 1) 签单客户追踪
- 2) 意向客户追踪
- 3) 网点总结会议

课程结束、总结、颁奖、领导发言