

《消保政策与服务意识、服务能力及商务礼仪提升》课程大纲

【课程背景】

银行消费者权益保护是金融业贯彻“以人民为中心”理念的重要窗口，也是银行金融机构防范风险、实现可持续发展的第一道屏障。近年来，银保监会持续保持对损害消费者合法权益行为的高压态势，“重拳”整治侵害消费者权益乱象。同时，不断加强金融消费者权益保护制度机制建设，启动金融服务标准化，完善投诉考评，深化金融纠纷多元化解机制建设，明确要求金融机构在公司治理、组织架构、内部管理各方面建章立制。

我们卖给客户的不仅是商品，更多的是一种经历和体验，这一切都要通过优质的服务体现出来。要让客户把这种感受记在心里，带回家里，陪伴左右客户。这就有赖于每天工作在一线的服务人员。他们的一言一行就是最有效的品牌广告，比任何媒体、任何时段广告效用都大。因此迅速提高他们的服务意识和技能技巧是关系到企业生存发展的不可忽视的因素。

【课程时间】 2天/12课时

【培训对象】 银行客户服务经理等

【培训形式】 游戏导入、启发思考、案例分析、小组研讨、角色扮演、小组PK、头脑风暴等

【培训内容】

第一讲：金融消费者权益保护法解读

一、金融消费者权益保护法律概述

- 1.什么是法律法规？
- 2.消费者及金融消费者的概念和范围
- 3.金融消费者具有消费者的根本属性
 - (1) 弱势地位是消费者的根本属性
 - (2) 金融消费者具有特殊的弱势性
- 4.银行业消费者权益保护的背景
- 5.金融消费者权益保护纠纷呈现新特点
- 6.银行消费者权益保护的意义

二、金融消费者享有的权利（案例分析）

- 1.知情权
- 2.公平交易权（案例：某银行力推 ETC+本行信用卡捆绑业务）（案例：霸王条款）
- 3.自主选择权
- 4.安全权

案例分析：储户存款被抢，银行担责吗？

案例分析：自助设备取款致财产损失案

案例分析：下雪天客户在银行门口的台阶上滑倒摔伤

- 5.求偿权
- 6.受教育权
- 7.金融信息安全权
- 8.受尊重权

第二讲：服务意识的提升

1. 服务意识决定服务行为、服务行为决定服务结果
2. 客户服务经理的自我角色定位的重要性
3. 我是谁---自我定位
4. 我去哪---方向定位
5. 怎么去---方法定位
6. 银行员工必备七大服务意识要素
7. 服务即是“我为人人，人人为我”---钓鱼理论
8. 强烈的服务意识从“心”深处开始
9. 提升服务意识，解读客户显性需求与隐形需求。

10.解决服务态度首先解决做人处事态度

案例分享：优质服务案例，到底谁在为谁为难？

第三讲：厅堂服务能力提升——完善服务沟通的艺术

游戏：《默契猜猜看》

1. 积极倾听

测试：《即席练习》

A. 干扰倾听的四大因素

B. 倾听的5个层级

C. 积极倾听的反射话术（案例分析：这件衣服太贵了！）

2.有效的发问技巧

A. 了解事实与信息—开放式与封闭式问题

B. 引导对方—问“YES”的问题

C. 集中在问题解决—接受性与选择性问

3.同理心

同理心回答三要素

练习：《用同理心拿下客户》

4.正向引导法

讨论：《激怒客户的经典句式》

A. 使用积极的词语

B. 避免中性词

C. 阻止负面词语

D. 善用我代替你

练习：《正向引导法》

5.赞美法

A. 赞美人的十把飞刀

B. 最受人欢迎的赞美项目

练习：《赞美》

第四讲 银行商务礼仪

一、拜访客户前的准备

1.拜访时间选择

2.伴手礼准备

3.了解客户信息

4.产品介绍准备

二、拜访客户中的见面礼仪

1.称呼礼仪

2.介绍礼仪（自我介绍与他人介绍）

3.握手礼仪

4.名片礼仪

5.会谈座次礼仪

6.交谈礼仪

三、行进位次礼仪

四、乘车礼仪

五、宴客礼仪

1.中餐桌次安排

2.中餐位次安排

3.点菜的艺术

4.敬酒的礼仪

六、中餐用餐礼仪

1.座次（长幼有序、方圆有道）

2.餐具 (茶壶、筷子、盘子、水杯、湿毛巾、牙签)

3.用餐 (开始用餐、用餐过程、用餐结束)