

信用卡业务主任： 信用卡团队业绩提升及团队管理能力提升技巧训练

博士
高级企业培训师
中级营销师
AFP持证入



【课程对象】：银行信用卡中心的主任、基层干部，室经理等

【课程时间】：实战版 4 天、浓缩版 2 天

【课程解决问题】：1、如何快速组建团队？ 2、如果快速提升业绩？ 3、给自己赋能，提升精气神

【课程大纲】：

头脑风暴：您碰到哪些关于产品营销技巧、客户服务、主动营销等方面的问题？每人提一个问题，老师将这些问题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、演练，解决学员实际难题。

第一章、信用卡团队组建与增员技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、增员系统——明确增员概貌

（一）增员概貌四维度

1. 背景
2. 才能
3. 品质
4. 适合度

案例：主管增员机长案例

（二）明确你的增员概貌

1. 分享你心中的优秀营销员

互动：小组讨论分享

2. 写下你的增员概貌

（三）几类增员重点人群痛点分析

1. 大学新毕业生
2. 职场换场人
3. 企业白领
4. 销售精英

二、增员系统——开拓准增员

（一）常见增员渠道解析

1. 选择适合增员优质渠道

（二）重点增员渠道开拓

1. 缘故、客户、转介绍增员渠道开拓

话术演练：事业平台介绍话术

工具：事业平台介绍话术

2. 随缘增员渠道开拓——个人观察

话术演练：随缘增员话术

工具：随缘增员话术

3. 微信增员渠道开拓

1) 合适的微信形象

2) 有计划的发布内容

3) 朋友圈观察互动

4) 点对点微信要求转介绍

案例：保险微信增员

三、增员系统——高效增员面谈

(一) 高效增员流程

1. 接洽邀约

2. 软性活动/吸引面谈

3. 创业说明会

4. 激发面谈

5. 决定面谈/邀请参训

(二) 吸引面谈五部曲

1. 寒暄赞美——信息收集

2. 寻找不满——“职业之轮”

3. 激发兴趣——满足需求

4. 持续吸引——事业平台

5. 邀约活动——二选一法

小组演练：吸引面谈话术

工具：吸引面谈话术

(三) 激发面谈

1. 激发面谈框架逻辑

小组演练：激发面谈话术

工具：激发面谈框架逻辑

(四) 决定面谈

1. 决定面谈框架逻辑

小组演练：决定面谈话术

工具：决定面谈框架逻辑

四、留存系统——规划面谈、一对一辅导

(一) 主管高效辅导模型

1. 营销员规划面谈

2. 营销员一对一辅导

3. 营销员的有效培训

4. 主管高效跟进反馈

案例：辅导的差异

工具：主管高效辅导模型图

(二) 营销员规划面谈

1. 规划面谈的对象与频次

2. 规划面谈的步骤流程

1) 帮助营销员确定目标

2) 找到合适的方法

3) 制定营销员活动量计划

3. 规划面谈需要达致的效果

1) 主管与营销员签订绩效协议

4. 规划面谈话术示范

话术演练：规划面谈话术

工具：规划面谈表

工具：绩效协议模板

(三) 营销员一对一辅导面谈

1. 一对一辅导的对象和频次

2. 一对一辅导的流程

1) 前期数据准备

2) 正面愉快的开场

3) 跟进上周/月行动计划执行情况

4) 回顾分析上周/月目标、活动量

5) 制定改善行动计划

6) 本周/月目标设定

3. 一对一辅导话术示范

话术演练：一对一辅导话术

工具：一对一辅导话术

第二章、营销管理效能提升 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练)

一、团队领导素质

1.管人

2.理事

3.教练

二、经理如何激励团队营销

1. 物质激励

2. 精神激励

3. 自我价值

4. 提升能力

5. 考核机制

6. 危机培养

三、团队培训技巧

1. 晨会培训法

2. 案例讲解法

3. 视频教学法

4. 成功案例法

5. 模拟演练法

6. 话术读练法

7. 角色扮演法

8. 纠错指导法

9. 头脑风暴法

四、激励工具的运用

1、每日服务营销计划表

2、光荣榜

3、营销业绩 **PK** 表

4、激励晨会

5、微信工具

四、提升业绩要几个指标

1. 客流量

2. 介绍率

3. 开口率

6. 成交率

7. 复购率

8. 转介率

五、营销员有效培训 4 步骤

1. 说给你听
2. 做给你看
3. 让你做做看
4. 看你做怎样

话术演练：有效培训 4 步法

第三讲：打开脑洞——了解新时代下银行信用卡客户的需求

一、需求特征

1. 客户需求的对象性
2. 客户需求的多重性
3. 客户需求的层次性
4. 客户需求的可变性
5. 客户需求的发展性

案例：从老大妈说起

二、需求分类

1. 天然型需要和社会性需要
2. 物质需要和精神需要
3. 现实需要和潜在需要

理论支撑：马斯洛需求理论

三、客户具体的购买动机

1. 求实动机、求美动机

- 2 . 求廉动机、模仿动机
- 3 . 求奇动机、求新动机
- 4 . . 求名动机、求便动机
- 5 . 求速动机、求癖动机

课堂互动：举出三个例子说明客户需求的动机

四、引导有方——激发需求

一) 激发客户好奇心的五步法

- 1 . 煽动性问题
- 2 . 透露部分信息
- 3 . 价值展示
- 4 . 新奇性
- 5 . 推动力

二) 消除客户的逆反心理

1 . 逆反行为的四种形式

--反驳

--不必要的澄清

--出风头

--我知道

2 . 降低销售风险的五种策略

--多提问、少陈述

--可信度可降低客户的抵触感

--好奇心可消除客户的逆反心理

--反向肯定

--趋势有助于降低逆反的本能

第四讲：线上营销信用卡——微信营销与维护

一、九招致胜——微信获客法

优化名片：打造专业的微信个人品牌形象

九招获客：九大微信获客实操技巧

备注标签：及时备注客户标签，建立客户微档案

课堂练习：优化个人微信名片

二、点对点互动

1. 数据分析：常用沟通方式 VS 客户期望的沟通方式

2. 沟通场景的应用规范、步骤、技巧与工具

3. 与客户微信互动时的基础要求和微信使用技巧

4. 与客户微信互动应规避的 6 个错误

三、微信群运营

1. 现场微问卷调查：盘点自己的微信群，找规律

2. 微信社群运营的基本认知

3. “建”微信群——客户分析搭建群结构

4. “管”微信群——活动策划提高客户黏性

四、玩转朋友圈

1. 朋友圈营销案例与数据分析

2. 应该如何发朋友圈

3. 在朋友圈与客户互动的方法与技巧

课堂作业：查看客户的朋友圈深度分析客户的未知信息，制定营销策略

第五章：线上营销六部曲

一、开场白

1. 寻找合适目标对象
2. 自我介绍
3. 道明来意
4. 询问是否方便
5. 语言动作的配合

二、建立联系——建立初步信任

1. 专业技术
2. 可靠性
3. 客户导向
4. 亲和力
5. 公正性

三、需求探寻

1) 收集资料

——了解客户的客观信息

2) 分析需求

——了解客户的主观诉求

3) 灌输理念

——通过沟通推进销售

4) 确认需求

——确认需求为成交铺垫

四、产品呈现

1. 激发兴趣

——找准客户的关注点

2. 描述细节

——让客户感知到价值

3. 强化利益

——促进客户购买动机

课堂话术梳理演练

五、有章有法——异议处理

异议处理五步法

Listen——细心聆听

Share——感同身受

clarify——厘清异议

present——解释说明

action——采取行动

六、成交的六种策略

第六章、主动微信营销增业绩

1. 如何利用微信海量发广告

2. 如何利用微信快速与客户沟通
3. 如何利用微信增强与客户的粘度

第七章、新型网络营销增业绩

1. 抖音、快手类
2. 公众号
3. 微博
4. 淘宝京东店铺类
5. 各种网络宣传推广营销
6. 培训课程频道类

第八章、厅堂微沙龙——如何深入挖掘到访客户信用卡需求（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

提问互动：我行网点每天有多少人到访呢？

一、厅堂信用卡微沙龙的内涵及特点

1. 厅堂微沙龙的定义
- 2. 厅堂微沙龙三大作用**
 - 1) 缓解焦虑
 - 2) 促进销售
 - 3) 提升能力
- 3. 厅堂微沙龙六大特点**

- 1) 用时短
- 2) 频次高
- 3) 形式活
- 4) 内容新
- 5) 做体验
- 6) 见效快

案例：XX 城商行开展厅堂微沙龙

二、厅堂信用卡微沙龙标准流程及主题

提问互动：厅堂信用卡微沙龙有哪些关键的环节呢？

1. 厅堂微沙龙九步法

- 1) 折页发放
- 2) 礼貌问候
- 3) 身份介绍
- 4) 开场破冰
- 5) 主题说明
- 6) 过号提醒
- 7) 产品说明
- 8) 有奖问答
- 9) 结束促成

案例：银行贵宾卡营销

2. 厅堂微沙龙主题精选

3. 厅堂微沙龙组织形式

工具：厅堂微沙信用卡营销话术模版

独立答题：信用卡营销微沙龙讲稿撰写

三、厅堂信用卡微沙的三大准备事项

1. 方案准备

提问互动：厅堂信用卡微沙需要准备哪些物料呢？

2. 人员准备

四、厅堂信用卡微沙的实施效果呈现

1. 互动活跃——全投入

案例：电视广告中的提问互动

讨论分享：可用于厅堂信用卡微沙的小游戏

2. 行为得体——慢动作

视频案例：XX 权威人士的演讲

3. 声音清晰——多停顿

案例：XX 晚会主持案例

情景演练：信用卡产品厅堂宣讲

4. 形象专业——抠细节

情景演练：厅堂信用卡微沙营销

第九章、外拓营销——如何积极拓展信用卡潜在目标客群（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、掌握信用卡外拓营销的内涵与步骤

1. 什么是信用卡外拓营销

- 1) 特定群体
- 2) 金融需求
- 3) 金融行为
- 4) 主动出击
- 5) 上门服务

2. 信用卡外拓营销重要作用

- 1) 突破发展瓶颈
- 2) 定义客户价值
- 3) 双向学习互动
- 4) 深化客户关系

3. 哪些网点急需信用卡外拓营销

提问：我们的网点为什么要做外拓营销？

- 1) 客户数量不足
- 2) 客户质量不高
- 3) 客户结构不优
- 4) 网点业绩不足

视频案例：XX 银行信用卡外拓营销活动

4. 信用卡外拓营销六大误区

- 1) 发传单
- 2) 搞运动
- 3) 急求成
- 4) 无模式

5) 无考核

6) 无培训

5. 信用卡外拓营销的关键步骤

1) 拓—接触客户

2) 筛—找出需求

3) 跟—跟进需求

4) 养—培养信任

5) 耕—挖掘需求

二、精准定位信用卡外拓营销目标客群

1. 信用卡精准定位五大原则

1) 网点就近

2) 相对固定

3) 区域划分

4) 由易到难

5) 二次筛选

2. 绘制信用卡外拓营销地图

案例：XX 银行信用卡外拓营销战略布局图

3. 信用卡片区包干分配原则

讨论分享：外拓区域划分及片区包干（银行网点、主攻单位、地标建筑列于图上）

三、差异化设计信用卡外拓营销的流程

1. 社区信用卡外拓营销五步流程

1) 小区调研

- 2) 营销造势
- 3) 活动实施
- 4) 沙龙营销
- 5) 后期跟进

图片案例：XX银行信用卡社区外拓营销活动

工具：社区信用卡外拓营销调研表

工具：社区信用卡客户统计表

2. 街区信用卡外拓营销五步流程

- 1) 开场破冰
- 2) 信息采集
- 3) 答疑解惑
- 4) 上门办理
- 5) 增值服务

图片案例：XX银行信用卡街区外拓营销活动

3. 商区信用卡外拓营销五步流程

- 1) 营销策划
- 2) 战略沟通
- 3) 异业联盟
- 4) 创新宣传
- 5) 精准营销

图片案例：XX银行信用卡商区外拓营销活动

4. 楼区信用卡外拓营销五步流程

- 1) 楼宇划区
- 2) 关键拜访
- 3) 集中宣讲
- 4) 集中办理
- 5) 持续营销

图片案例：XX银行信用卡楼区外拓营销活动

5. 政区信用卡外拓营销三步流程

- 1) 信息收集
- 2) 电话跟进
- 3) 单独营销

图片案例：XX银行信用卡政区外拓营销活动

6. 厂区信用卡营销外拓流程

图片案例：XX银行信用卡厂区外拓营销活动

7. 校区信用卡外拓营销四步流程

- 1) 公私联动
- 2) 定点营销
- 3) 定点办理
- 4) 定期跟进

图片案例：XX银行信用卡校区外拓营销活动

8. 农区信用卡外拓营销四步流程

- 1) 突破关键人
- 2) 建立数据库

3) 顺势营销

4) 感情维护

图片案例：XX 银行信用卡农区外拓营销活动

工具：农户信息采集表

四、充分做好信用卡外拓营销准备事项

1. 信用卡外拓营销方案准备

2. 信用卡外拓营销人员准备

3. 信用卡外拓营销物料准备

讨论分享：信用卡外拓活动需要准备哪些物品？

工具：信用卡外拓营销物料清单

培训结束：

一、 重点知识回顾

二、 互动：问与答

三、 学员：学习总结与行动计划

四、 企业领导：颁奖

五、 企业领导：总结发言

六、 合影：集体合影