

工商银行支行驻点培训规划

张光禄老师

培训背景：

基于支行领导对营业网点的期许和前期到访网点观察、和网点主任沟通的现状分析进行整体改进方案的设计和培训课程的开发

培训收益：

通过本次驻点培训辅导，让全员的精神面貌、服务意识、服务水平、营销意识、营销策划能力、营销实战能力、团队合作精神、问题分析解决能力得到全方位的提升

培训对象：

网点全体工作人员

培训方式：

本次培训将采取驻点指导、发现的共性问题集中培训的方式进行

本次培训全过程采取小组 PK 的形式来进行，此形式不但能增进团队间的相互合作、良性竞争、提高团队凝聚力，还能在过程中通过多维度、更全面的观察所有成员的具体表现，为未来选拔合格领导人做提前的储备。

培训时长：

第一阶段为 7 个完整工作日（含晚间培训指导）

培训流程：

第一天：

早会：进行本次项目的启动仪式，宣导此次驻点培训项目流程，强调此次培训的功能和意义，公布此次培训过程中的 PK 形式、积分计算（日常行为管理、网点服务、营销活动、营销绩效）、小组配对、组长选拔、目标公示等。

全天：将采取分时分段的案场观察和一对一的员工沟通，通过观察和沟通发现问题，根据发现的问题，设计解决方案。

夕会：做一天的工作总结，将发现的实际问题进行公示，并根据问题给出相应的解决方案，从问题背后存在的底层逻辑、核心冲突到具体的执行方案给与员工指导。统计当日小组经营情况，统计当日小组得分。

夕会后培训：《银行精英绩效打造》第一部分

1. 激发全体员工的工作积极性，带领全员设定核心业务发展目标和人生规划目标，并列个人 10 大目标；
2. 带领全员对自己当下的业务现况进行罗列，并进行深度分析，将岗位工作进行重新梳理，设定出提升工作效率提升目标；
3. 通过瓶颈突破理论灵魂三问找到核心效率瓶颈点，通过瓶颈突破五步法理论进行突破讲解

第二天：

早会：配合网点主任，根据前日设定目标、业务分析，进行当日重点业务营销任务分配

全天：进行网点营销观察指导，并对轮休员工一对一沟通（张）

全员进行第四天的家庭财富管理沙盘体验专题沙龙的客户邀约

服务板块第一天

夕会：总结今日各岗位指标执行情况，根据发现问题进行指导总结

夕会后培训：《银行精英绩效打造》第二部分《银行营销技能提升》

1. 营销和销售的核心区别
2. 决定企业业绩的核心 3 大要素
 3. 营销中的 STV 三角形模型
 4. 一切营销的底层基础
 5. 营销的核心目的
 6. 8 大营销方法助力你的目标达成
 7. 开始设定你的远大目标
 8. 开始制定你的营销策略

老师将针对信用卡、净值型理财、保险类产品的营销策略进行深度讲解并下达营销指标

第三天：

配 早会：配合网点主任，根据前日设定目标、业务分析，进行当日重点业务营销任务分配

全天：进行网点营销观察指导，并对轮休员工一对一沟通（张）

全员进行第四天的家庭财富管理沙盘体验专题沙龙的客户邀约

服务板块第二天

夕会：总结今日各岗位指标执行情况，根据发现问题进行指导总结

夕会后培训：《银行精英绩效打造》第三部分《银行销售技能提升》

1. 清晰的市场定位是你销售的真正开始
2. 你的客户到底是谁？
3. 你真的了解你的产品吗？
4. 客户做出购买决策时考虑的 5 大因素
5. 为你的客户定制专属的解决方案
6. 销售过程中常常会遇到的 6 层抗拒
7. 解决销售 6 层抗拒的 8 步训练方法
8. 在时间面前人人平等
9. 强大的执行力是销售业绩的直接保障
10. 客户的异议处理

第四天：

配 早会：配合网点主任，根据前日设定目标、业务分析，进行当日重点业务营销任务分配

全天进行网点营销观察指导，并对轮休员工一对一沟通（张）

进 组织网点全员进行一场厅堂微沙活动，一场家庭财富管理沙盘体验专题沙龙活动，并进行现场观察、辅导（张）

组织网点全员进行重点客户名单梳理，并进行第六天净值型理财专题沙龙的邀约工作
服务板块第三天

夕会：总结今日各岗位指标执行情况，根据发现问题进行指导总结

根据前四天的综合表现进行阶段性积分通报，并举行授黑旗仪式

夕会后培训：《银行精英绩效打造》第四部分《如何办好一场客户沙龙活动》

1. 会前主题选定
2. 会议的精准邀约
3. 会议的会前会、会中会、会后各环节的团队配合

4. 会后的跟进与追单

第五天：

配 早会：配合网点主任，根据前日设定目标、业务分析，进行当日重点业务营销任务分配

全天：进行网点营销观察指导，及时发现问题，及时解决问题

组织网点全员进行一次跨界整合营销合作谈判的实战演练，并进行陪访辅导

组织网点全员对客户名单进行深度分析并进行客户分层，为明天的邀约做好准备

备

夕会：总结今日各岗位指标执行情况，根据发现问题进行指导总结

夕会后培训：《银行精英绩效打造》第五部分《银行客户经理个人 IP 打造》

1. 打造客户经理个人 IP，并通过云理财工作室进行推广
2. 做好银行营销必须要考虑的三个必要因素：“势、市、事”
3. 通过个人 IP 打造突破营销的难点，占领未来市场高地
4. 一切从客户需求出发，根据客户的需求进行动因分析
5. 通过营销的整体目标、营销三要素、营销定位、客户画像定位、客户分层管理等进行综合考量，并进行属于自己的个人 IP 打造策略。
6. 个人 IP 打造的内容策划你应该怎么做？
7. 如何进行流量客户的邀约转化

现场演练：

带领现场学员将当下热度最高的经济事件进行改编，成为自己的营销文章

带领现场学员将自己修改后的文章进行短视频拍摄和剪辑，并进行展示点评

第六天：

配 早会：配合网点主任，根据前日设定目标、业务分析，进行当日重点业务营销任务分配

全天：进行网点营销观察指导，及时发现问题，及时解决问题

组织网点全员进行一场净值型理财专题沙龙活动，并进行现场观察、辅导

组织网点全员对重点客户进行跟进、促单

夕会：总结今日各岗位指标执行情况，根据发现问题进行指导总结

夕会后培训：今日沙龙活动复盘

第七天：

配 早会：配合网点主任，根据前日设定目标、业务分析，进行当日重点业务营销任务分配

全天：进行网点营销观察指导，及时发现问题，及时解决问题

组织网点全员对重点客户进行跟进、促单

其 夕会：对一周的驻点培训做总结，统计各小组的总得分，第一名小组举办颁奖仪式，其他小组组长兑现承诺，并举办结营仪式