

【银金融服务行业运行及营销课程】：

在竞争日益激烈的金融界，许多银行通过对核心竞争力的打造，来提升自身的竞争力。作为金融服务行业，核心是以营销的形式为客户提供金融服务。金融从业人员需紧跟市场发展趋势，顺应市场发展要求，做到人人营销，主动营销，精准营销，为客户提供更优质的金融服务。

一、课程目标

1、促进学员主动学习了解所属的金融服务行业，并思考作为金融从业者的发展方向，明确服务营销是通往发展道路的必经之路；

2、梳理服务营销的关系，认清服务营销的重要性，明确营销才是满足金融客户的本质要求；

3、转变“促销”观念，树立“营销”思维，聚焦金融客户的核心需求；

4、明确品牌文化的意义，坚持落实服务标准，打造并维护企业品牌，提升客户满意度和信任度。

二、授课对象

银行从业人员

三、课程特色

示范模式 + 讨论模式 + 分享模式

氛围热烈 + 参与感强 + 轻松学习

四、讲师特色

幽默风趣 + 亲和专业

五、设备支持

岛屿式桌椅摆放、投影仪、话筒、笔、白板等

课程大纲

《金融行业运行及营销》	提纲
暖场	团队建设
第一部分 【金融服务行业基础分析】	<p>一、金融业基本认知</p> <p>1、金融行业的本质</p> <p>金融概念</p> <p>金融功能</p> <p>行业特点</p> <p>行业优势</p> <p>2、金融企业如何赚钱</p> <p>金融企业类型</p> <p>金融企业功能</p> <p>商业银行的类型及职能</p> <p>商业银行的经营原则</p> <p>3、金融从业者的发展通道</p>

	<p>铁三角：市场、产品、风控</p> <p>服务营销于金融业的意义</p>
<p>第二部分</p> <p>【银行服务营销的意义】</p>	<p>一、服务营销对于个人发展的意义</p> <p>探讨：柜员转型的发展方向</p> <p>个人发展道路的匹配和选择</p> <p>二、银行服务与营销的逻辑梳理</p> <p>1、客户的本质需求是什么</p> <p>2、银行业服务的本质是什么</p> <p>3、服务和营销的关系</p> <p>4、营销是服务的一部分</p> <p>5、梳理“服务”“营销”“客户满意度”</p>
<p>第三部分</p> <p>【银行服务营销实施】</p>	<p>一、银行的现状评估分析</p> <p>1、案例呈现</p> <p>2、本行状况</p> <p>3、问题呈现——【前期调研解读】</p> <p>二、营销的本质</p> <p>营销的概念</p> <p>卖给客户的是什么</p> <p>提升营销水平的核心</p> <p>三、营销场景化技巧</p> <p>1、网点营销氛围打造</p>

	<p>营销主题明确-分区、分层</p> <p>载体呈现-形式、要求</p> <p>2、从业人员的专业化</p> <p>【产品特点 PK 赛】</p> <p>3、销售步骤与技巧</p> <p>与客户建立联系</p> <p>身体语言的秘密</p> <p>识别潜在客户-寻找 MAN</p> <p>2、善用销售中技巧</p> <p>懂得尊重</p> <p>学会倾听</p> <p>善于赞美</p> <p>擅长发问</p> <p>习惯认同</p> <p>学会比较</p> <p>假设成交</p> <p>要选择不要判断</p> <p>3、描述产品利益</p> <p>FABE 法则</p> <p>匹配客户需求与利益点</p> <p>产品知识萃取表</p>
--	--

	<p>给方案而非产品</p> <p>4、各岗位销售工具</p> <p>1、柜面服务“7+9”</p> <p>2、柜面营销工具</p> <p>开口破零-刻意实践</p> <p>弹性轮岗-岗位联动</p> <p>关注变动-增加粘性</p> <p>3、大堂工具</p> <p>善于利用宣传资料</p> <p>动态管理</p> <p>迎接圈+智能圈+舒适圈</p> <p>厅堂微沙-高峰沙龙</p> <p>流程步骤</p> <p>【现场演练+点评反馈】</p> <p>4、电话销售</p> <p>电话销售常见问题</p> <p>前期准备要素</p> <p>找准营销切入点</p> <p>明确致电目的</p> <p>电话销售流程</p> <p>【情景演练+点评反馈】</p>
--	--

	<p>五、客户关系维护管理</p> <p>1、客户管理</p> <p>分层分类</p> <p>动态管理</p> <p>聚焦客户的真实需求</p>
<p>第三部分</p> <p>【品牌-提升客户信任度】</p>	<p>一、客户关注什么</p> <p>1、环境管理—舒适</p> <p>2、设施管理—便捷</p> <p>3、服务规范管理—信赖</p> <p>4、营销氛围管理—理财</p> <p>5、客户情绪管理—尊重</p> <p>6、团队管理—效率</p> <p>二、提升客户体验感</p> <p>1、网点环境（6S 管理）</p> <p>① 整理（SEIRI）</p> <p>② 整顿（SEITON）</p> <p>③ 清扫（SEISO）</p> <p>④ 清洁（SEIKETSU）</p> <p>⑤ 素养（SHITSUKE）</p> <p>⑥ 安全（SAFETY）</p> <p>2、网点服务礼仪规范、形象标准</p>

	<p>7 秒原则-打造良好的第一印象</p> <p>神奇的 55 38 7</p> <p>专业形象的作用</p> <p>3、仪容要求</p> <p>发型要求</p> <p>面部要求</p> <p>妆容要求</p> <p>手部要求</p> <p>微笑</p> <p>4、仪表要求</p> <p>女士着装规范</p> <p>男士着装规范</p> <p>配饰要求</p> <p>【现场纠偏】</p> <p>5、仪态要求</p> <p>站姿</p> <p>坐姿</p> <p>欠身礼、鞠躬礼</p> <p>引导礼、指引礼</p> <p>名片礼、握手礼</p> <p>6、各岗位服务标准流程</p>
--	---

	柜面服务 7 部曲 厅堂管理 3445 客户经理服务礼仪
--	------------------------------------