

## 【银行厅堂服务效能综合提升课程】：

运用场景：《银行网点百佳、千佳、内部星级创建》

《银行网点服务营销综合效能提升》

《银行新员工、基层在岗员工培训》

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，提升了自身的竞争力。作为金融服务行业，银行转向零售的趋势明显，再也不是等着客户上门，银行从业人员需紧跟市场发展趋势，顺应市场发展要求，做到人人开口营销。以服务为基础，用营销促进服务，不断提升人员服务质量和营销技能，形成良好循环圈，推动网点持续发展和效能提升。

### 一、课程目标

本培训课程从银行网点的实际需要出发，以简练通俗的语言，运用大量的案例分析，全方面的提供了可操作的工作指南，旨在真正落地实施，提升网点人员质量和营销能力，推动网点综合效能提升。

分目标：

- 1、网点布局优化，环境 6S 管理规范化，提升企业形象，提高作业效率，加强安全保障；
- 2、现场管理优化，设备管理规范化，物料管理可视化，厅堂和服务管理流程化；

3、服务促动营销，人人开口营销，营销氛围打造，各岗位联动，综合效能提升；

4、帮助银行网点树立本行的品牌形象，提供可持续发展的固化方案，给予网点固化工具，切实帮助网点把优质服务营销落地。

## 二、授课对象

网点所有管理层及基础员工

## 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

《银行服务效能提升》	提纲
暖场	团队建设
第一部分 【银行现状分析】	一、价值观趋同  1、银行面临的市场环境，未来银行的发展方向  2、服务营销意识的重要性、必要性  【案例分析】  二、提升服务意识

	<ul style="list-style-type: none"> <li>1、优质服务的理性说与感性说</li> <li>2、提升后谁受益</li> <li>3、标杆是个符号，超级符号就是竞争力</li> </ul> <p>三、明确培训目标</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1、规范标准</li> <li>2、网点综合效能提升</li> <li>3、企业文化落地</li> <li>4、标杆打造，品牌符号树立</li> </ul> <p>四、认清我们的现状</p> <p>【网点现状图片、视频展示】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1、服务形象</li> <li>2、服务环境</li> <li>3、服务行为</li> <li>4、营销氛围及营销行为</li> </ul>
<p>第二部分</p> <p>【银行服务与营销】</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一、银行服务与营销的关系</li> <li>1、服务是基础</li> <li>2、服务是促能</li> <li>3、服务是迂回点</li> <li>4、营销是服务的一部分</li> <li>二、银行员工营销</li> <li>1、需具备的四大能力</li> </ul>

	<p>亲和服务</p> <p>业务处理</p> <p>现场管理</p> <p>主动营销</p> <p>2、为何主动营销？</p> <p>市场需要</p> <p>组织需要</p> <p>个人需要</p> <p>3、主动营销5大优势</p>
<p>第三部分</p> <p><b>【银行服务礼仪】</b></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、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>三、提升服务</p>

	<p>1、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>2、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>3、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><b>【现场纠偏】</b></p> <p>4、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>
--	---

第四部分

【服务环境打造】

1、银协千百家解读

发展历程

发展趋势

发展重点

2、银协 168 条解读

标准呈现

【案例：中信银行百佳环境 6S 打造呈现】

3、服务环境（6S 管理步骤）

① 整理（SEIRI）

② 整顿（SEITON）

③ 清扫（SEISO）

④ 清洁（SEIKETSU）

⑤ 素养（SHITSUKE）

⑥ 安全（SAFETY）

【案例：各家银行呈现】

3、厅堂打造

厅堂布局-动线打造

厅堂 6S 细节要求

厅堂 8 大功能分区

标识标贴标准对标

厅堂营销氛围打造

	<p>便民服务及特色区域打造</p> <p>4、业务窗口打造</p> <p>柜面 6S 摆放要求</p> <p>柜下线路规范梳理</p> <p>抽屉、柜内物品整理</p> <p>标识标签外视打造</p> <p>5、其他区域美学打造</p> <p>展示柜打造</p> <p>绿植摆放</p> <p>文件文具收纳</p> <p>特色区域美学打造</p>
<p>第五部分</p> <p>【服务营销标准化流程】</p>	<p>【各岗位服务视频点评】</p> <p>一、柜面服务标准流程</p> <p>1、（柜面服务七步曲）</p> <p>① 站相迎 ② 笑相问</p> <p>③ 双手接 ④ 快准办</p> <p>⑤ 巧营销 ⑥ 双手递</p> <p>⑦ 热情送</p> <p>2、服务流程话术“7+9”</p> <p>在传统“7+7”基础上增加了一句话营销及一句话转介绍</p>

**【现场演练】**

**二、客户经理服务流程**

主动问候 示意入座

提供茶饮 礼貌询问

快速办理 适时营销

递送提醒 礼貌送别

**【现场演练】**

**三、大堂经理服务标准流程**

银行大堂经理角色定位的重要性

优质服务的“示范人”

业务经办的“引导人”

金融产品的“推销人”

优质客户的“挖掘人”

**1、流程标准**

来有迎声 主动询问

协助取号 引导办理

问有答声 维护秩序

客户关怀 厅堂营销

走有送声

**2、“大堂服务十个一”**

**【现场演练】**

	<p>四、营销导入</p> <p>营销话术——一句话营销</p> <p>营销氛围营造</p> <p>全员营销——“刻意实践”</p> <p>营销方法</p> <p>营销技巧——“微笑曲线”</p> <p><b>【服务营销一对一过关演练】</b></p>
<p>第六部分</p> <p><b>【提升营销技巧】</b></p>	<p>一、网点营销氛围打造</p> <p>1、营销主题明确-分区、分层</p> <p>2、载体呈现-形式、要求</p> <p>二、服务人员的专业化</p> <p>1、心态 + 态度</p> <p>2、职业化形象意义</p> <p>3、丰富专业知识</p> <p><b>【产品特点 PK 赛】</b></p> <p>三、营销步骤与技巧</p> <p>1、与客户建立良性关系</p> <p>了解自己-色彩性格</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>二中选一</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>四、各岗位营销工具</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>信息扫描-</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><b>【现场演练+点评反馈】</b></p> <p>五、客户关系维护管理</p> <p>1、客户管理</p> <p>分层</p> <p>分类</p> <p>标签化-举一反三</p>
<p>第七部分</p> <p><b>【高效沟通与客异处理】</b></p>	<p>一、高效沟通</p> <p>1、沟通的重要性</p> <p><b>【案例分析及撕纸游戏】</b></p> <p>2、沟通不是件容易的事</p> <p>“隐形的6个人”</p> <p>3、有效沟通5要素</p> <p>善于倾听</p> <p>明确目的</p> <p>锁定对象</p> <p>巧用肢体</p> <p>提高效率</p>

	<p>二、大堂经理沟通技巧</p> <p>1、主动沟通技巧</p> <p>主动沟通的最佳时期</p> <p>主动沟通的原则</p> <p>主动沟通的语言</p> <p>主动沟通应避免的问题</p> <p>2、大堂经理“问”的技巧</p> <p>多问开放性问题</p> <p>少问封闭性问题</p> <p>3、大堂经理“说”的技巧</p> <p>传达利益信息时要注意的事项</p> <p>大堂经理职业服务用语</p> <p>大堂经理礼貌用语“十字诀”</p> <p>与客户沟通 4 原则</p> <p>注意“三要三不要”</p> <p>三、异议、投诉处理</p> <p>1、产生原因</p> <p>不及时不专业不满意</p> <p>有压力有情绪有需求</p> <p>求尊重，求发泄，求补偿</p> <p>2、异议处理</p>
--	---

	<p>请客户就做，解答疑问</p> <p>先仔细聆听，再回答疑问</p> <p>多发问、获取客户资料、收取意见</p> <p>解答业务处理手续及程序</p> <p>跟进客户服务、满足需求</p> <p>客户询问不熟悉业务时，可转介其他区同事协助解答</p> <p>3、投诉的数据研究分析</p> <p>4、处理原则</p> <p>不逃避，不对抗</p> <p>先合情，才合理</p> <p>先情绪，后事情</p> <p>不谈“上帝论”</p> <p>5、处理投诉六步法</p> <p>快速隔离</p> <p>安抚情绪</p> <p>真诚歉意</p> <p>搜集信息</p> <p>提出方案</p> <p>跟进回访</p> <p>附加：处理投诉小锦囊</p>
--	--

<p>第八部分</p> <p><b>【企业文化厅堂呈现】</b></p>	<p>一、晨会标准导入</p> <p>1、晨会是什么</p> <p>遥控器 催化剂 指南针</p> <p>2、晨会的作用是什么</p> <p>3、晨会流程——按照本行标准流程</p> <p><b>【集体演练】</b></p> <p>二、开门迎客标准导入</p> <p>1、大厅人员站位、行为、用语</p> <p>2、柜面人员站位、行为、用语</p> <p><b>【按网点演练并PK】</b></p> <p>三、夕会导入</p> <p>1、明确夕会目的</p> <p>2、夕会“避雷”</p> <p>时间雷区 内容雷区</p> <p>形式雷区 人员雷区</p> <p>3、打造高参与度夕会</p> <p><b>【参与式夕会体验】</b></p> <p>可加入团建</p>
<p>第九部分</p> <p><b>【固化建议】</b></p>	<p>一、制度机制设立</p> <p>流程梳理机制</p> <p>奖罚机制——引入“快乐基金”</p>

二、6M 固化工具

三、其他建议

关注细节

行动高效

每日自省

机制激励

团队建设

重在坚持