
网点创优、服务营销一体化提升培训

◇ 培训目标：

- 1、了解星级网点创建知识，改善服务行为规范，培养职场良好习惯，塑造良好职业形象，提升个人工作绩效；
- 2、了解客户的情感和被尊重的需求，学会在各种服务情境中，正确运用服务营销，改善服务质量，实现客户满意。
- 3、熟练掌握各种服务营销技巧，尤其是处理客户投诉，弥补客户服务中出现错误的技巧，创造客户满意。

◇ 课程收获：

- 1、构建星级网点创建认知体系，树立积极健康的工作心态
- 2、熟练运用针对网点岗位的三大解压方向
- 3、能够在工作中熟练应用四大核心服务技巧
- 4、掌握客户投诉处理七个关键要素与技巧
- 5、树立主动营销意识，在柜员岗位上熟练运用一句话营销技巧

◇ 课程内容：

第一部分 星级网点创建体系构建，积极心态的建立：冲破思维模式

第一节 提升服务创优认知，迭代服务创优思维

星级网点创建的目的及意义

服务品牌创建多角度认知

从服务文化建设解读星级创建要求

各利益相关者的银行创优价值

第二节 多维度下的星级网点创建标准解读

新标准第一模块-网点环境

新标准第二模块-网点设施

新标准第三模块-服务功能

新标准第四模块-员工管理

新标准第五模块-岗位规范

新标准第六模块-服务制度

新标准第七模块-服务文化

新标准第八模块-经营业绩

新标准第九模块-社会责任

第三节 用项目管理思维，做品牌网点创建

1. 解读人的大脑与客户服务体验感知

2. 服务理念的建立

3. 冲破思维模式的训练

4. 提高个人工作能量值

5. 影响圈与关注圈的提升

第二部分 网点人员的角色定位与职责规范

第一节：大厅服务人员的角色定位与职责规范

1. 优质服务的“示范人”

-
2. 业务经办的“引导人”
 3. 金融产品的“推销人”
 4. 优质客户的“挖掘人”
 5. 高效厅堂的“管理人”

第二节：大厅服务人员定位职责规范

一、工作规范

1、识别引导流程执行规范

- 主动服务、主动巡视、主动识别
- 优质客户得到充分关注
- 发现识别待跟进优质客户，推介
- 协同现金/非现金柜员，分流引导普通/潜力客户，实现多渠道的综合运用
- 指导客户使用自助设备
- 识别引导流程注意事项

2、业务处理流程规范

- 迅速原则
 - ◇ 做好客户分流和业务指导工作
 - ◇ 引导优质客户去贵宾客户专属服务区接受专属优质服务
- 专业原则
 - ◇ 熟悉我行各类产品，回答客户有关产品提问时，不可做与产品风险不符的评述
- 安全原则

二、日常工作流程

- 1、营业前准备
- 2、营业中工作流程
- 3、营业终了后续服务

三、网点日常服务营销接待流程

- 1、迎、分、助、念、扶
- 2、办、转、接、留、送
- 3、服务场景的5W1H

四、网点应急处理

-
- 1、厅堂应急处理的对象
 - 2、十大应急突发事件学习

第四部分 厅堂管理的七大法宝

1. 厅堂的区域划分
2. 三条主要动线、三个主要关注圈、四个重要岗位
3. 为什么要重视高峰期的服务管理
4. 高峰期管理四大关键点、高峰期管理的时间轴
5. 管理三结合
6. 辅导三句话
7. 常说三个词

第五部分：厅堂客户动线管理：从网点布局谈客户动线

1. 动线布局管理的概述
2. 客户动线三原则
3. 网点动线案例分析
4. 沙盘演练

第六部分：DICS 的运用与沟通方法

- 1、四类客户特点及识别方法
 - Dominant: 主导型
 - Influencing: 影响型
 - Corrent：纠正型
 - Stable: 稳定型
- 2、不同客户的心理需求与对应方法

第七部分 厅堂沟通服务提升篇

第一：沟通的基本认知

- 1、什么是沟通
- 2、沟通的程序与要素
- 3、沟通障碍与风险

第二:服务语言艺术修练

1. 学会有效倾听客户需求
2. 学会礼貌赞美
3. 沟通的 3A 原则
4. 把指令性的语言转化为三明治的原则
5. 如何拒绝客户的技巧
6. 大堂经理语言优化训练
7. 语速对语意表达的作用及训练
8. 不同语气对顾客的不同心理暗示
9. 面部表情语言的训练及使用
10. 肢体语言对信息传递的影响及运用

第八部分 客户投诉处理篇

1. 投诉处理的基本原则
2. 投诉处理的期望分析
3. 投诉处理的四大要点
4. **有效处理投诉的六步骤**
 - a) 鼓励客户发泄 表示理解
 - b) 充分道歉 表达服务意愿
 - c) 收集信息 了解问题
 - d) 承担责任 提出解决办法
 - e) 让客户参与 承诺执行
 - f) 及时跟踪 完善服务

第九部分：厅堂快速营销六步法

- 一、发现客户
 - 1、行动的目的
 - 2、客户的标准
 - 3、发现客户的途径
 - 4、客户的关注焦点与需求分析
- 二、建立信任
 - 1、建立信任的重要性
 - 2、建立信任的方法
 - 3、如何通过服务建立信任
 - 4、如何通过沟通建立信任
 - 5、如何通过行动建立信任
- 三、激发需求
 - 1、行动的目的与内容
 - 2、客户的需求种类
 - 3、激发需求的常用方法
 - 4、激发需求的有效步骤
- 四、展示产品
 - 1、行动的目的与内容
 - 2、展示产品的准备
 - 3、展示产品的方式
 - 4、展示产品的技巧
 - 5、展示产品的注意事项
- 五、处理异议
 - 1、行动的目的与内容
 - 2、客户提出异议的原因
 - 3、客户异议的类型
 - 4、处理异议的技巧
 - 5、处理异议的注意事项
 - 6、异议处理话术

六、促成销售

1、行动的目的与内容

2、促成销售的步骤

3、识别客户的购买信号 4、促成销售的常用方法

5、促成销售的注意事项

6、巩固销售的办法