

课程一：《转型期网点协同营销实战技术》

【课程目标】

- 新形势下厅堂协同营销问题分析；
- 新形势下厅堂协同营销思路梳理；
- 掌握厅堂客户协同营销的技巧；
- 如何建立正确的存量客户链接；
- 掌握不同产品呈现的方式与技巧；
- 网点存量客户提质与维护技巧。

【课程对象】 劳务派遣制员工

【课程时长】 1天

【授课讲师】 邓赞

【课程特点与优势】

- 21年专注金融业网点营销管理实战能力提升的专业积累；与实际工作结合紧密，实操性强；
- 授课内容丰富，案例翔实；汇集全国各地金融业问题解决方案；
- 讲师与国内银行业有着密切的合作，对国内银行的情况非常了解，所以在课程中的大量案例分析和场景模拟都是密切结合国内银行的具体情况来进行的，能够有效地指导员工的实际工作。
- 用银行人自己的方法解决银行人自己的问题。

【课程大纲】

第一模块 转型期银行人自我修炼

- 转型是对传统习惯的一种挑战
- 工作的痛苦在于改变我们的习惯
- 转型期银行人自我变革意识培养
- 有了快乐思想和行为，你才能觉得快乐
- 成功要靠机会？转型的机会是怎样？
- 决定你在银行发展的关键因素是什么
- 职场机会人人均等，但给法不一样
- 职业生涯规划要遵循的四步曲
- 如何看待生活和工作中的所谓的公平与不公平？
- 世上所有的事情到了最后都是好的
- 在工作中是什么决定了员工的收入高低不同
- 增强自己的能力，让自己在工作和生活中不可替代
- 优秀的银行需要敬业的人
- 肯定自我，全力以赴做领导需要的人
- 业绩的冰山模型：心态、信念、技能
- 工作中我们缺什么
- 工作结果=思维方式、热情、能力
- 注意力在哪？结果就在哪里？

第二模块 转型期厅堂协同营销新思路

- 为什么客户对银行人的防备心越来越重？
- 为什么很多银行客户用“搬运工”模式做业务？
- 顾问与推销员的区别

- 分享和推销的概念
- 服务对银行人来说是什么？
- 客户服务营销十个讲究？
- 厅堂协同营销新思路
- 协同营销前应先做什么？
- 我们提供的不是产品，而是有温度的价值
- 兴趣激发的时候切记：政策、利益，绝不讲产品
- 如何将产品的专业术语进行口语化概括
- 协同营销——如何一句话激发客户兴趣与转介（存款、贷款、基金、保险、信用卡等）

第三模块 新形势下厅堂营销协同技巧

1、存量客户营销协同

- 客户名单准备与信息核实
- 短信如何预热
- 添加客户微信
- 电邀七步曲流程
- 七步曲运用与技巧重点
- 工作日志记录
- 微信跟踪到店
- 如何无压力转介

2、流量客户营销协同

- 客户进厅主动问询

- 渠道分流，协助办理
- 重要信息传递
- 邀请客户办理
- 转介办理

课题二：《督导团队有效沟通与营销督导》

【课程目标】

- 1、了解网点营销督导的核心定位；
- 2、建立团队辅导文化，增强团队管理能力，提升团队竞争力；
- 3、熟悉管理理论及客户管理技巧；
- 4、提升网点现场管理技能；
- 5、掌握营业网点协同营销辅导技术。

【课程对象】 督导团队

【课程时间】 1天

【授课讲师】 邓赞

【课程特点与优势】

- 21年专注金融业网点营销管理实战能力提升的专业积累；与实际工作结合紧密，实操性强；
- 授课内容丰富，案例翔实；汇集全国各地金融业营业窗口问题解决方案；
- 讲师与国有银行有着密切的合作，对国有银行的情况非常了解，所以在课程中的大量案例分析和场景模拟都是密切结合国有银行的具体情况来进

行的，能够有效地指导学员的实际工作。

- 用银行人自己的方法解决银行人自己的问题。

【课程大纲】

第一模块 督导团队有效沟通与角色定位

零售业务管理转型四必做

督导团队建立的目的

银行督导团队工作核心

督导团队管理角色定位

要从执行的角色转换成管理带人的角色

督导团队在营销推进中面临的挑战

沟通是一种本能？沟通是一种能力？

- 高效沟通的重要性

面对员工不配合你的工作，该如何应对？

- 分清员工类型，确定沟通策略

第二模块 督导团队协同营销实战训练

第一节 流量客户协同营销情景实战训练

如何快速让员工与客户建立信赖感

协同营销开场技巧训练

协同营销转介技巧训练

客户的类型及应对策略

第二节 存量客户盘活情景实战训练

电话邀约的目的和价值？

如何改善员工存量盘活的抵触情绪？

如何调动员工存量盘活的积极性？

- 如何推进员工建立存量客户的信任？
- 电邀七步曲原理讲述训练
- 电邀七步曲实战邀约训练
- 客户电邀异议处理实战训练
- 如何指导员工进行工作日志记录
- 如何协助员工微信跟踪到店
- 如何指导员工无压力转介
- 转介面谈实战训练

电邀案例分析（培养发现问题、分析问题、解决问题的能力）

课题三：《零售业务产能提升与管理推进技术》

【课程目标】

本课程经过大量零售业务产能提升与零售团队管理实战，根据支行零售业务管理现状量身打造而成，通过零售业务管理推动真实案例、授课讲解、情境研讨等多种培训方式，让参训管理层快速了解并掌握以下实战技能：

1. 零售团队营销管理问题原因分析；
2. 零售团队管理者角色定位；
3. 如何激活零售队伍，更好提升支行零售产能；
4. 零售团队高绩效团队建设与管理方法；

5. 零售业务目标管理与推进；
6. 零售业务效能提升思路及方法；
7. 零售团队绩效考核与激励优化。

【课程对象】 支行长、支行零售分管行长

【课程时长】 2天

【推荐讲师】 邓赟

【课程特色】

- 1、与实际工作结合紧密，实操性强；
- 2、授课内容丰富，案例翔实；
- 3、讲师与银行业有着密切的合作，对国内银行业的情况非常了解，所以在课程中的大量案例分析和场景模拟都是密切结合国内商业银行的具体情况来进行的，能够有效地指导学员的实际工作。
- 4、用银行人自己的方法解决银行人自己的问题

【课程大纲】

第一模块 零售团队管理执行不力原因剖析

- 支行零售团队执行力不佳的原因分析
- 零售团队建设有形式、无内容；有团队、无凝聚；
- 零售团队缺乏系统化的客户维护方法、工具；
- 零售管理者缺乏营销过程管理及监控，只有结果统计，未有过程督导，管理工具欠缺；
- 支行对零售业务目标达成计划管理不到位、目标责任分解不到位；
- 团队没有执行力，就没有竞争力

- 如何突破零售团队管理的瓶颈
- 零售团队员工情绪与压力的来源
- 如何帮助零售员工逃脱职业倦怠的泥沼？
- 做好员工情绪的侦探
- 拆除零售员工的“情绪地雷”
- 还原积极想法 走出心情低潮

第二模块 支行高绩效团队建设与管理

如何提升团队成员工作积极性

优化团队目标管理

团队日常管理授权

要有一套制度用以监督管理

你选择的授权人员务必是心甘情愿，并且有能力

教育部属、指导部属使他们有成长的机会

确定他们必要的工具和支援供给，以便完成工作

鼓舞部属，促使部属保持积极与热诚的态度

授权意味着不仅要分配不好干的事，也要分配容易做的事

不能把自己难以胜任的工作转交给了别人

- 如何突破营销管理瓶颈
- 目标管理案例研讨与分享
- 目标分解技巧纠偏总结

第三模块 零售业务产能提升与管理推进

- 团队营销氛围营造

- 如何开展支行团队联动营销
- 营销动员要到位
- 营销目标要分解
- 营销动作要演练
- 营销过程要监控
- 绩效双轨并行管理模式与落地指导
- 激励与绩效管理推进手段与案例分析
- 流量客户的营销管理策略与推进
- 存量客户的营销管理策略与推进