

《智能化背景下网点服务营销技巧》

【课程目标】

1. 塑造智能化背景下网点新员工良好的服务营销心态，转换营销思维，调整营销状态；
2. 掌握新员工优质服务技巧，提高新员工沟通能力,提前预防客户异议处理能力；
3. 引导新员工服务营销行为，提高服务营销效率及效果；
4. 掌握流量客群兴趣激发与转介技巧、存量客户激活与深挖技巧；
5. 掌握新员工必备的核心产品呈现与精准营销技巧。

【课程对象】 新员工

【课程时长】 1天

【授课讲师】 邓赟

【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 智能化背景下银行人自我修炼

- 智能化背景下银行业发展的趋势
- 零售银行的现状与必经的四个阶段
- 服务型的网点，转型成营销型的网点
- 营销人员常见问题分析
- 导致服务营销行为无效的三大障碍因素
- 智能化背景下网点员工自我变革意识培养
- 有了快乐的思想 and 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
- 典型员工成长案例分析
- 职业生涯规划要遵循的四步曲
- 在工作中是什么决定了员工的收入高低不同
- 肯定自我，全力以赴做银行需要的人
- 业绩的冰山模型：心态、信念、技能

第二模块 智能化背景下网点服务营销技巧

第一节 网点服务营销基本概念

- 销售与营销的区别？
- 什么是客户满意的服务？
- 客户满意度的关键指标
- 服务与营销从来都不可剥离
- 客户至上的真实体现

- 客户关系发展的四个阶段
- 语言表达基本功——四个多说

第二节 流量客户挖掘与转介技术

- 如何识别潜力客户？
- 建立信任的关键基因：共鸣
- 如何在第一面拉近与客户之间的距离
- 沟通时的聊天内容收集
- 尴尬话题的突围技巧
- 如何借力营销工具
- 如何激发客户兴趣？
- 几种常用的销售技术？
- 将产品的专业术语进行口语化概括
- 简单产品，如何速战速决？
- 复杂类产品，如何转介理财团队？

第三节 存量客户激活与维护

- 存量客户是银行最值得重视的金矿
- 存量客户盘活思路？
- 激活前的准备内容
- 短信预热如何进行？
- 电话邀约的关键步骤
- 电话邀约异议处理
- 激活客户时的利他思维

- 客户走后你该做什么？