

《银行厅堂营销技巧及异议处理》

主讲：李瑞倩老师

【课程背景】

厅堂是银行的前沿营销阵地，是接触客户最直接、最频繁的場所，也是营销机会集中的区域。通过讲解智能化厅堂客户精准识别营销技巧，厅堂联动营销方法，以及厅堂营销活动的组织开展，引导网点由“千点一面”逐步向“一点一策”转变，结合自身发展战略、网点客户人群特点、网点自身资源禀赋，充分发挥物理网点优势，润物细无声的做到顺势营销，做到内外联动，实现网点资源价值。

在此背景下，根据多年网点培训及辅导经验，将网点实际工作案例整理出来加以分析学习，

一方面以案例形式提升培训的真实性和落地性；另一方面提炼服务营销中的实操话术加以落地；同时，在每个案例背后提炼升华理论方法、工具体系，提升培训高度。

【课程收益】

本课程亮点，全程围绕网点发生的典型任务情境，进行学、练、用教学设计，确保学员从知道到会做，从会做到会用。

- 意识调整——提升员工岗位服务意识，使员工从被动接受向主动意识转变
- 客群识别——提高厅堂员工客户 KYC 识别与分析能力，实现客户价值增长
- 产品推荐——掌握 SCBC 法以及零售银行热销产品的一句话营销推荐话术
- 活动策略——掌握厅堂沙龙的组织与营销话术演练，现场练习指导现场用
- 场景营销——根据不同场景，懂得站在客户角度进行产品营销与有效成交

【课程时间】

1-2 天 (6 小时/天)

【课程对象】

大堂经理、转岗人员、柜员、综合服务经理、新员工等

【课程特色】

重点内容讲授 + 案例解析 + 情景模拟 + 标准示范 + 实战演练 + 视频赏析等

【课程大纲】

一、火眼金睛识客户——厅堂客户 KYC 精准识别技巧

1. 客户识别营销技巧

- 小组研讨：现代社会客户信息识别的渠道有哪些？
- 看图说话：火眼金睛收集客户信息
- 客户进门时识别
- 客户取号时识别
- 智能银行区客户识别与产品组合、话术推荐
- 1) 客户活动存款余额较高：主动询问动作与话术参考
- 2) 经常办理大额汇款的客户：产品组合推荐与话术
- 3) 客户账户明细反映经常消费：产品组合推荐与话术
- 4) 打印流水客户：客户价值判断与产品组合推荐
- 等候区客户识别与产品组合、营销动作
- 营销触点区及游离客户营销技巧
- 讨论分享：五大区域潜在客户的外在特征、识别线索及产品组合和推荐话术

2. 厅堂客群 KYC 识别与联动营销技巧

看图说话：客户分析，快速判断

- 客户画像 KYC 识别
- 客户类型 KYC 分析与应对策略
- 客户 KYC 话术营销策略
- 实战演练：“4 个 1”识别营销，各组选派代表进行角色扮演训练

二、团队协作与联动——产品推荐与联动营销话术

1. 产品推荐：“SCBC”产品推荐与沟通表达

- 产品推荐的五大痛点分析
- 产品介绍要与客户需求相匹配
- 情景案例：贵金属的营销高手
- 产品推荐 SCBC 法及语术分享
- 案例演示：以手机银行产品为例进行 SCBC 练习
- 沙场练兵：理财产品、贵金属、网银、手机银行、收款码、基金定投、卡片升级、信用卡、大额存单、基金定投、保险等产品
- 情景演练：结合本银行热销产品讨论梳理产品一句话营销话术与异议处理的方法与技巧

2. 厅堂联动营销与转介技巧

- 话术逻辑解析：现状、问题、建议
- 转介绍一句话
- 话术要点
- 实战演练：柜面与大堂联动、大堂与理财经理/客户经理联动（营销产品：账户升级、基金定投、定期存款等）

3. 智能柜台与厅堂一句话营销话术训练

- 情景演练：转账等业务/营销？
- 情景演练：存款活期等业务/营销？（一般客户）
- 情景演练：存款活期业务/营销？（生意人）
- 情景演练：存款 18 万业务/转存营销？（挖存）

三、产品营销情景 PK 赛——厅堂营销活动组织与实战演练

1. 传统营销活动的误区

- 导入：常见“三大痛点”、“四大困惑”与解决思路

2. 厅堂一对多批量客户营销与少量流量客户的专项营销活动设计

- 讨论分享：厅堂客户多与少的分析、不同客群的应对策略（女士、银发客户、基础客户等）

3. 厅堂沙龙活动组织时机与产品宣讲六大环节

- 小组 PK 赛：根据所选产品进行现场组织、情景演练（存款、贷款、手机银行、信用卡、基金定投、社保卡、贵金属、ETC、保险等，根据银行目前现有产品进行针对性情景宣讲指导）