

银行柜面精准营销

主讲：林涛

【课程背景】

随着金融科技的不断升级，客户习惯的不断变化，银行网点柜员的角色越来越弱化，但是在当今漫长的过渡期，到网点办理业务的客户仍有很多，而且该类客户的特点逐渐呈办理业务复杂程度高、开发潜力大、服务诉求强，这更要网点的柜员及厅堂展示出较高的服务能力，专业素质及营销意识。所以柜面精准营销的必要性比任何时期都重要。

【课程收益】

本课程从网点柜员的柜面营销的心理建设、标准化服务流程及精准营销的流程和方法等内容进行详细讲解，旨在对目前柜员岗位人员进行营销意识的引导，全面提升网点柜面的营销能力和服务水平。

【课程对象】 网点柜员及银行新员工

【课程时间】 1天

【课程大纲】

第一讲：客户需求交互

一、寻找恰当的时机

- 1、资金变动契机
- 2、权益类主题活动
- 3、社交活动

第一讲：开启与客户沟通的桥梁

一、尝试与客户建立沟通

(一) 柜面开口率低的原因分析（提问式互动）

- 1、固有思维
- 2、动力不足
- 3、恐惧心里（害怕被拒绝）
- 4、信心不足

(二) 开启沟通桥梁

1、柜面开口营销的关键要素

- (1) 充分的客户识别
- (2) 转变心态（为客户解决问题）
- (3) 网点客户金融需求分析
- (4) 着重点在团队协作

2、新形势下柜员岗位的独特优势

- (1) 大环境影响下新的机遇
- (2) 柜员岗位的核心优势

二、开启沟通的必备条件

(一) 自身素质提升

- 1、熟练的业务能力
- 2、产品熟知程度
- 3、客户识别能力
- 4、基本话术组织

(二) 外力协作

- 1、厅堂协作响应
- 2、网点销售工具的使用

第二讲：柜面服务标准化

一、服务礼仪标准化（图片展示及现场演练）

- (一) 仪容仪表
- (二) 着装
- (三) 友好礼貌
- (四) 服务纪律
- (五) 专业知识
- (六) 职业道德

案例分享

二、柜面服务7部曲

- (一) 行为动作（图片展示）
- (二) 基本话术
- (三) 注意事项
- (四) 现场模拟演练

第三讲：柜面精准营销

一、精准营销的前提——专业高效服务

二、厅堂协作响应机制

- (一) 与大堂经理(轮值) 的响应配合
 - 1、信息通畅
 - 2、目标明确

3、相互配合

(二) 与客户经理的响应配合

- 1、介绍话术
- 2、信息通畅明确
- 3、及时反馈结果

三、客户识别

(一) 一次识别

1、“三观”

客户外在特征

客户气质与谈吐

客户行为

2、潜在高端客户识别特征

学员互动——客户识别的其它渠道或方法？

(二) 二次识别——快速检索信息

客户级别、资产、负债

客户持有产品

四、客户需求分析

- (1) 业务种类缺失
- (2) 资金闲置或未充分利用
- (3) 符合资质要求
- (4) 特殊身份人群
- (5) 家庭经济支柱

学员练习——三类客户的需求分析

五、一句话销售/引见

- 1、快速整理需求
- 2、营销工具的使用
- 3、一句话销售/引见话术规范
- 4、引见的重要性

六、切记不要做的行为

学员练习

三个场景演练