
《信用卡分期营销实战“2+5”跟岗培训辅导项目》

主讲：王庆晨讲师（定制化课程方案）

一、项目目标及对象

1. 项目对象

银行信用卡分期营销专员

2. 项目时间

2天培训+5天辅导（6小时/天）

3. 项目目标

帮助学员从服务到营销的意识转变

教会学员识别客户类型及了解客户心理分析

帮助客服人员突破营销心理障碍和恐惧

帮助学员掌握疑难客户处理的技巧

帮助学员掌握分期业务营销的实战技巧

帮助学员学会分期业务营销的落地话术

帮助学员掌握分期营销的关键要点

总体提升员工分期营销成功率

二、项目思路

具体工作思路如下（工作思路以与企业调研后的结果为准）整体时间呈现：



1. 问卷调研期

调研时间：课程开展前 1 至 2 周

调研内容：根据课程需求，讲师出具问卷调研表，由员工进行填写，咨询公司进行汇总，初步了解学员现阶段问题困惑所在，为课程开展更具针对性。并由企业提供录音或话术脚本，讲师进行前置优化。

2. 集中培训期

培训时间：2 天（6 小时/天）

培训内容：根据企业需求及调研情况进行针对性的信用卡分期营销能力提升集中培训，包括分期介绍包装、分期营销能力、客户沟通能力、解决问题能力等方面的板块内容。（详见课程大纲）

具体产出：文字版课程话术稿一份。

3. 现场在岗辅导期

辅导时间：5天（6小时/天）（根据企业情况进行调整，每天10-15人）

辅导内容：根据培训情况进行一对一的员工营销技巧话术运用实战现场跟岗跟踪辅导，并由企业根据实际情况选出1-2人为核心辅导负责人，全程跟随导师进行现场辅导。辅导内容包括信用卡分期营销工具运用、营销技巧运用、营销话术运用等，并通过现场发现问题进行现场跟踪现场解决提升。

具体产出：现场辅导营销龙虎榜表、现场辅导营销效果对照表。

4. 整理复盘期

复盘时间：60分钟

复盘内容：根据现场辅导的相关表现分别提出个性及共性问题，并提出提升方案及方法，并布置相关后续跟踪作业。同时表彰表现优异学员给与肯定和奖励，作为后续跟踪提升的标杆。

具体产出：共性问题文字版整理稿一份，员工个性问题建议表一份。

5. 知识传承期

传承时间：60 分钟

传承内容：讲师针对性的对现场辅导中的核心辅导负责人进行辅导，辅导后续如何监督、固化，教会员工辅导方法及技巧、营销话术编写技巧等，并解决员工辅导过程中自身遇到的问题。

6. 跟踪反馈期

跟踪时间：3 个月

跟踪内容：根据学员情况进行后续跟踪，通过布置作业、反馈问题、单独解答、整体解答等方式为已参训学员提供一对一或一对多远程辅导服务（微信、电话、短信、邮件等途径）。

7. 具体产出整理

文字版课程话术稿一份。

现场辅导营销龙虎榜表。

现场辅导营销效果表。

文字版共性问题整理稿一份。

文字版员工个性问题建议表一份。

文字版项目结束整理报告一份。

三、项目培训课程大纲及辅导流程

【注】：本课程属于量身定制课程，会根据课前调研结果对课程内容进行优化

第一板块 信用卡分期营销事业心态拓展

1.1 信用卡分期营销思考问题隔离、因素分析

你在信用卡分期营销中的困惑和主要问题有什么？

1.2 明确服务于营销的关系

没有销售，为谁服务？

没有服务，怎么做销售？

服务与销售相结合

以优质服务促销售

对信用卡分期营销的正确认知

信用卡分期营销真正的目的分析

把工作变成乐趣的方法

电话营销工作带来的成就感

1.3 信用卡分期营销心态突破口

好的心态是成功的开始

营销四种心态必须突破

不好意思开口

害怕被拒绝

害怕被客户骂

不自知过度营销

失败来自消极的心态

消极心态突破方法：TYS 分类和太好了心态运用

案例：面对骂人客户的应答话术

案例：面对客户不耐烦的应答话术

1.4 读懂客户想法的五大化恐策略

客户骂人，发火时的想法及应答

客户需要再联系，敷衍时的想法及应答

客户不需要，拒绝时的想法及应答

客户考虑一下，借口时的想法及应答

客户怕被骗，质疑时的想法及应答

第二板块 银行客户性格分析与消费心理分析

2.1 银行客户消费心理分析

00 年段、90 年段、80 年段、70 年段、60 年段消费观需求

两大人性弱点心理分析

两大消费心理分析

三大购买心理分析

2.2 四类银行客户性格分析

完美型

力量型

和平型

活泼型

2.3 银行客户性格特征沟通分析

不同客户沟通模式、营销切入点不同

不同性格客户的五点分析

特征分析

行为模式

语言模式

优缺分析

心理需求

2.4 银行客户的六种消费心理应对

“成本型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“品质型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“配合型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“叛逆型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“自决型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“外决型客户”消费心理分析及应对方式及话术

第三板块 友好信用卡营销氛围沟通技巧提升

3.1 信用卡营销氛围沟通“听”技巧-有效聆听

聆听的三层特殊含义

聆听的障碍

案例：客户主观意识引起的表达障碍

客户语言语音语调的深层含义

两个层次-表层意思、话中有话

三个技巧-速回技巧、确认技巧、记录技巧

案例：速回技巧（语音、语言）

案例：超级经典好用的回应词组

案例：客户表示额度并不够用，再不提额都不想用这个卡了。

模拟训练：聆听客户核心需求问题

3.2 信用卡营销氛围沟通“问”技巧-引导式主动提问

提问的目的

提问的两大类型

提问遵循的原则

两层提问法

信息层问题设计及应答话术

问题层提问设计及应答话术

引导的两层含义-由此及彼、扬长避短

引导技巧在营销中的运用

案例：把客户的弹性需求通过引导提问转变成刚需需求的技巧

案例：客户说“其他行的分期和你们差不多/比你们好”如何提问引导客户解答

案例：客户说“你们的我分期我有朋友办理过说特别不好”如何提问引导客户解答

现场演练：在向客户推荐分期产品时，客户担心后续还款问题怎么办？

现场演练：客户说你们为什么手续费那么贵？

3.3 信用卡营销氛围沟通“答”技巧-共情赞美

对共情的正确认识

有效共情的快速表达

共情有效话术设计

赞美的目的、价值和意义

认清赞美的本质

赞美是服务的工具

赞美打造良好沟通气场

案例：赞美客户之后的连锁正面反应

赞美的三个关键点

寻找赞美别人的捷径

如何提高客户感知

赞美的三大方法

赞美客户客户所在地、口音、方言、分期选择等

案例：如何赞美男性客户、女性客户、投诉客户、合作客户、疑问客户

4.1 营销话术技巧“三则一言”

“两秒法则”

“停顿法则”

“妈爸了法则”

“四字真言”

4.2 分期营销不反感的“三板法”

如何让客户不反感分期营销

4.3 分期营销切入点开场白

- 电话营销自杀式开场白分析
- 电销切入点设计
- 录音：失败的营销切入点分析
- 录音：成功的营销切入点分析
- 营销切入点设计原则
- 营销如何切入最合适？
- 分期营销开场-客户拒绝处理话术
- 客户说：“不需要”应对话术处理

-
- 客户说：“考虑一下，到时候再说”应对话术处理
 - 客户说：“你们不会是骗子吧”应对话术处理

4.4 分期业务有效产品介绍

- 控制式介绍与排列式介绍
- 提高营销成功率的产品介绍方法
- 产品介绍 1+4
- 一个产品介绍核心列表
- 四种有效产品介绍方法
- 体验介绍法
- 对比介绍法
- 分解介绍法
- 客户见证法

案例分析：信用卡分期业务的产品介绍

现场演练：利用好处介绍法推荐分期业务

现场演练：对比介绍法推荐分期业务

4.5 客户异议处理与二次建议

正确理解客户异议

客户异议核心分类

利用异议二次激活客户分期需求

异议处理能力提升的解决公式

异议处理“不需要”的现场引导演示及运用

常见客户常见异议：

客户说：“我不需要”应对技巧

客户说：“我不感兴趣”应对技巧

客户说：“我考虑一下”应对技巧

客户说：“发个短信、微信给我看看吧”应对技巧

客户说：“等我有时间，再详细了解一下”应对技巧

客户说：“暂时不需要，到时候有需要再联系你”应对技巧

- 客户说：“你们的手续费比其它银行高”，应对技巧
- 客户说：“这个分期业务的时间太久了，不划算”应对技巧
- 客户说：“你们这个信用卡额度太低了，不合适”应对技巧
- 客户说：“我有钱，不需要办分期”应对技巧
- 客户说：“办理分期，不划算”应对技巧
- 客户说：“我到时候提前还款，不会有套路吧”应对技巧
- 客户说：“账单分期后额度不够用”应对技巧

客户不耐烦、骂人、说粗话的应对技巧

4.6 分期营销促成信号把握

有效主动促成的 3 大主动要点

主动开口

主动服务

主动关怀

有效主动促成魔法公式及技巧

有效主动促成的高级技巧：一选、二定、三留

演练：有效主动促成技巧运用

4.7 分期整体话术演练

针对所学话术技巧进行话术熟悉练习，为实战拨打进行预热

四、辅导流程

现场跟岗实战营销辅导流程

实战辅导课程表（具体时间安排以课程实际为准）

序号

辅导安排

时间

辅导内容描述

1

话术演练

跟岗辅导前一天晚上

1、学员话术技巧演练

2

辅导前会议

0.5 小时

讲解营销注意要点

学员制定指标

进行激励举措

分组 PK

3

实战现场辅导

4.5 小时

讲师辅导现场巡检

学员一对一辅导

发现问题与标杆

个性问题解答

共性问题记录

学员情况记录

4

复盘/总结/激励

1 小时

通报全天营销成绩并实施日激励

共性问题分析讲解

典型个性问题案例讲解

整理分享及跟新营销录音、话术、异议处理

学员问题提问及解答

日汇总

注：日课程表会根据现场实际情况进行优化调整