

<<银行网点标准化服务培训 >>

图书基本信息

书名：<<银行网点标准化服务培训 >>

13位ISBN编号：9787504964076

10位ISBN编号：7504964077

出版时间：2012-8

出版时间：中国金融出版社

作者：立金银行培训中心

页数：138

字数：112000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

云晓晨编著的《银行网点标准化服务培训（3营销篇）》严格按照银行业协会《银行理财产品宣传示范文本》、《中国银行业客户服务中心服务规范》、《中国银行业柜面服务规范》、《中国银行业零售业务服务规范》四个办法的规定撰写，是国内商业银行开展银行网点标准化服务培训的理想教材。

态度、知识和技巧，是决定主动营销业绩的三个重要因素。

做好主动营销要有积极的心态、专业的知识、得体的礼仪和诚实的信用。

作者简介

云晓晨，清华大学美术学院毕业，清华大学美术学院客座教授，2008年北京奥运会公务人员礼仪培训师，2007年度“中国魅力女性培训师”荣誉获得者，北京立金银行培训中心高级培训总监。国内知名的礼仪培训专家，著有《银行礼仪学》、《银行大堂经理必会》、《柜面营销技巧》、《银行客户经理25堂课》等专著。

主持开发了立金银行培训中心的王牌咨询项目——银行网点标准化服务，根据国内商业银行网点经营的具体特点，从提升网点服务能力和提高网点团队技能的角度，设计了整个咨询项目，在工商银行、民生银行等银行网点进行了试点，取得了很好的效果。

为中信银行、建设银行、兴业银行、农业银行、华夏银行、上海银行、招商银行、北京银行、中国银行、深圳发展银行、宁夏银行等多家单位进行银行礼仪培训，屡获好评。

书籍目录

- 第一课 网点营销服务标准
- 第二课 银行网点的主动营销技巧
- 第三课 针对不同客户的营销策略
- 第四课 银行柜面服务营销技巧
- 第五课 有效营销“四驾马车”
- 第六课 银行客户经理营销技巧
- 第七课 理财产品营销“三十六计”
- 第八课 把销售梦想给客户
- 第九课 掌握与客户的沟通技巧
- 第十课 银行人员营销魔法棒

章节摘录

版权页：插图：（2）对客户状况和需求的事先了解理财客户经理应该事先通过客户记录掌握客户的基本状况和整体财务状况、客户对本次交流的需求或期望，这样才能够更准确地理解客户的需求。在信息充分的情况下，理财客户经理应该做到：深入研究客户的财务状况、风险偏好和风险承受能力，判断客户是否适合购买计划推荐的产品。

研究客户的个人和家庭状况，从而把握客户的重要人生阶段、爱好、决策能力，以导出理财需求和销售策略。

同时，对客户个人、家庭状况的了解有助于在销售过程中与客户形成融洽的关系。

了解客户以前和银行的联络及服务状况，了解客户对本行和他行的看法，查看客户已经购买银行的产品情况，以及曾经表示出的需求和偏好信息。

（3）把握销售目的对于不同客户在不同阶段有不同的销售目的。

例如，对一个跟进中的潜在客户，第一次销售的目的主要是让他成为银行的正式中高端客户。

在确定销售目的的时候，理财客户经理应该清楚把握此目的与客户利益之间的关系。

也就是说，如果客户接受这项产品或服务，客户能够得到什么好处。

理财客户经理需要简明扼要地总结客户从此次销售中可能得到的利益。

在销售过程中，销售的目标可能会随着具体情况而产生变化，因此需要事先拟订可能多于一个的目标，列出这些目标的重点，以便于临时改变策略。

（4）把握销售内容不能清楚地描述和分析产品，或者不同人员对产品的阐述存在矛盾，都会让客户对理财客户经理失去信心，对产品失去兴趣，对银行理财业务失去信心。

理财客户经理作为银行的代表，必须对银行以及银行代理的产品/服务有全面的、准确的了解。

同时，对他行、其他金融机构的产品至少有基本了解，能够为客户就产品的特点、使用方法和利弊进行分析，从而有资格为客户提供理财咨询。

（5）相关环境和物品的准备为保障销售过程的顺利进行，理财客户经理应该事先准备好与客户会面所需的所有相关物品，包括产品资料、相关表格/凭证、理财客户经理名片、必要的身份证明、客户上次交办事宜中留下的物品等。

如果是在网点见面，理财客户经理还需要事先将理财室、办公桌整理干净，为客户准备好座位（有的客户可能是夫妇一起来）以及相应的接待用品。

此外，为充分保证客户信息的安全性，在下一个客户到来之前，理财客户经理一定要整理好与上一个客户接触后留下的物品（特别是包含客户信息的凭证、文件等），否则可能降低客户的安全感。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>