



金融行业成功案例分享 三年培训规划，系列分级实施

行业背景

2011年是该银行上市后的第二年，国内金融环境严峻，国家宏观调控越来越紧，银根紧缩，各家银行普遍面临资金短缺的现状，尤其是地处金融重镇的该行上海分行，更是面临空前绝后的竞争压力。

解决方案

第一年：分层分级营销培训

将对公及对私营销售队伍根据营销工作年限，分别分为1年以内、1-3年、3-7年、7年以上对公/对私客户经理。根据不同年限营销特点及现状进行营销培训。

对公条线(样例)

| 职级 | 心态培训 | 专业类培训 | 营销类培训 |
|------------|-------------|--------------------------|--|
| 1年以内对公客户经理 | 如何成为职业人 | 基础上岗培训 | 入门营销技巧培训：提升拜访流程、服务客户、沟通等技巧 |
| 1-3年对公客户经理 | 销售心态管理及激励V1 | 产品培训、初级风险管理及财务培训等 | 初级营销技巧培训：能挖掘客户需求、分析客户、建立客户信任 |
| 3-7年对公客户经理 | 销售心态管理及激励V2 | 中级风险管理及财务培训、重点行业发展趋势分析等 | 中级营销技巧培训：能从组织结构及政治关系、人脉圈子等角度分析客户，谋划营销策略 |
| 7年以上对公客户经理 | 销售心态管理及激励V3 | 高级风险管理及财务培训、金融市场及经济形势分析等 | 高级营销技巧培训：想客户高管之所想，与客户高管一齐部署发展策略，建立战略合作关系 |
| 销售管理人员 | 如何成为优秀的管理者 | 高级风险管理及财务培训、金融市场及经济形势分析等 | 销售管理能力培训：提升日常督导能力、销售管理能力和领导魅力 |

第三年：教练定制营销培训

结合对公及对私营营销流程、队伍管理等，将培训内容运用于营销管理人员日常的教练工作中，真正改善营销行为，提高营销业绩及管理效率。



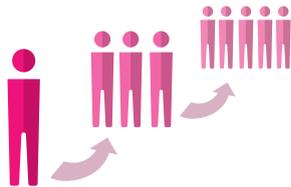
课程内化流程：
SCG基础课程研发



我说，你听。你说，我听
我做，你看。你做，我看



SCG移交课程版权
内训师在行内内化课程



问题与挑战

- 如何在这样艰难且竞争激烈的金融市场中脱颖而出？
- 如何通过持续、系统、科学的培训，提升前线团队的竞争力？

项目目标

- 扩大营销队伍的人数
- 提升营销队伍的营销

第二年：分岗定制营销培训

将对公及对私营销售队伍根据营销职能侧重不同，分别分为：业务开拓、业务维护、大客户营销、业务管理等，根据不同营销岗位的侧重不同，进行营销培训。

对私条线营销能力(样例)

| NO. | 职能分类 | 能力要求 | 对应课程 |
|-----|--------|----------|--|
| 1 | 客户开发 | 调研与分析能力 | 存量客户结构分析的能力 《存量客户分析》 增量客户市场调研与分析能力 《零售银行市场调研与分析》 |
| | | 销售能力 | 敢于并成功开发新客户 《电话销售技巧》 开发建立信任/信赖关系的价值客户 《零售顾问式销售技巧》 |
| | | 营销活动能力 | 营销活动策划的能力 《零售银行营销策略》 营销活动执行的能力 《零售银行营销活动执行》 |
| 2 | 客户服务 | 沟通能力 | 内部沟通的能力 《沟通与协调》 外部沟通的能力 《EOAC沟通模型》 |
| | | 客户服务能力 | 掌握服务礼仪规范 《零售银行服务礼仪规范》 投诉与抱怨处理的能力 《银行投诉与抱怨处理》 优质服务的能力 《优质服务》 |
| 3 | 优质客户管理 | 优质客户管理能力 | VIP客户营销与管理能力 《VIP客户营销与管理》 客户关系管理能力 《客户关系管理》 |
| 4 | 团队管理 | 团队管理能力 | 银行服务现场管理能力 《银行服务现场管理》 团队督导的能力 《团队督导管理》 团队协调管理的能力 《团队协调管理》 |

未展开内容

- 系统培训管理平台
- 培训管理学习护照
- 教练式营销培训KASH模型
- 教练式营销培训效果评估5级标准