

Продажи банковских продуктов

Срок обучения: 3

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Банковские услуги и продукты: особенности и специфика продаж

Какие банковские продукты сейчас существуют и наиболее актуальны на рынке? Специфика и особенности

- Основные виды банковских продуктов: депозиты, инвестиционные, кредитные, страховые, другие финансовые продукты. Особенности и специфика
- Технологии и инновации, внедряющиеся для улучшения удобства и доступности для клиентов
- Факторы, влияющие на выбор банковского продукта клиентом: процентная ставка, условия погашения, дополнительные услуги и т.д.
- Требования и нормативы, регулирующие предоставление банковских продуктов (лицензирование, страхование вкладов, защита прав потребителей и проч.
- Услуги и продукты, предлагающиеся банком для корпоративных клиентов. Отличие от продуктов для физических лиц

Успех в банковских продажах. Важно все: репутация банка, маркетинг, линейка продуктов и услуг, их конкурентные преимущества, клиентский сервис и банковский менеджер

- Стратегии для создания позитивной репутации банка и управления имиджем. Маркетинг, продвижение на рынке и привлечение клиентов
- Анализ конкурентов и выявление конкурентных преимуществ. Факторы, влияющие на выбор клиента

- Какие особенности клиентского сервиса важны для банковских продаж, и как они влияют на удовлетворенность клиентов?
- Стратегии увеличения лояльности клиентов и стимулирования повторных покупок
- Технологии улучшения клиентского опыта: онлайн-консультации, чат-боты, персонализированные предложения и т.п. Особенности продаж в онлайн-формате
- Ключевые навыки и качества банковского менеджера

Продажи различных банковских продуктов: какие существуют подходы, техника и специфика

- Принципы этики и доверия при работе с клиентами банка. Особенности обслуживания
- Продажи инвестиционных продуктов банка: депозиты, ценные бумаги, инвестиционные фонды и др.
- Продвижение страховых продуктов: инвест-страхование, страхование жизни, автомобилей, недвижимости и пр.
- Продажи банковских услуг: пакет банковских услуг, услуги электронного банкинга, интернет-банкинга и мобильных приложений и пр.
- Методы выявления потребностей клиентов, анализ и персонализация предложений
- Технологии продажи банковских продуктов
- Привлечение клиентов на банковское обслуживание

Практикум — деловая игра: «Презентация пакета банковских услуг» (работа в группах)

День 2

Продажи банковских продуктов: стратегии, инструменты и практика

Роль банковского менеджера по продажам. Личные и профессиональные качества. Инструменты и мотивация

- Менеджер по продажам — «лицо банка». Функционал, обязанности и возможности
- Личные качества, необходимые для успешных продаж. Необходимые навыки: коммуникации, убеждения, управления

временем и др.

- Профессиональные навыки банковского менеджера. Возможности карьерного роста
- Технологии, помогающие менеджеру: влияние CRM-систем, программ аналитики или других инструментов
- Методы мотивации сотрудников в банковской сфере. Система стимулов и поощрений

Выстраивание взаимоотношений с клиентом: каким образом и для чего. Стратегии и тактика взаимоотношений банка и клиента, менеджера и клиента

- Методы построения доверительных отношений с клиентами в банковской сфере
- Коммуникации с клиентами: как выстроить постоянное взаимодействие. При чем тут эмпатия менеджера и понимание потребностей клиента
- Методы переговоров, управления отношениями с клиентами и продажами. Консультирование, обслуживание, поддержка
- Вызовы и препятствия при выстраивании взаимоотношений с клиентом. Стратегии преодоления
- Программы для управления клиентской базой данных и коммуникаций с клиентом
- Развитие портфеля и удержании клиентов в банке. Методы кросс-продаж, ап-селлинга и пр.

Инструменты, бизнес-стратегии и планы действий эффективных продаж банковских продуктов

- Правильное понимание продаж и соответствующий настрой и состояние. Продажа — это «про-Дать»
- Универсальная стратегия успешных продаж: т.А, т.Б, ресурсы/инструменты
- Тактики продаж в банковском секторе. Экологичные и неэкономичные продажи. Принцип «выиграл-выиграл»
- Система целевых действий: увеличения чека сделки, привлечения новых денег и т.д.
- Различные типы продуктов. Баланс между интересом банка/менеджера и клиента

Практикум — дискуссия «Анализ ситуации (по предложенным условиям) и выстраивание соответствующей бизнес-стратегии взаимодействия и плана продаж»

День 3

Управление продажами и работа с клиентами

Управление личными продажами. Планирование и выполнение поставленного плана продаж

- Навыки: целеполагание, планирование времени, презентация, эффективное общение, заключение сделки
- Выявление истинных потребностей, работа с видением и страхами клиента
- Внутренняя мотивация менеджера и управление собственной продуктивностью
- Внешняя мотивация сотрудников банка: круглые столы, дискуссионные панели, презентации успешных кейсов, обмен опытом и лучшими практиками
- Ресурсное состояние и прививка от выгорания

Работа с существующей клиентской базой и привлечение новых клиентов: развитие бизнеса компании и управления лояльностью клиентов

- Создание и расширение клиентской базы: способы, возможности и варианты привлечения.
- Развитие базы и управление лояльностью: улучшение отношений, взятие рекомендаций, повторные продажи
- Возможности банка по использованию цифровых инструментов для привлечения новых клиентов: социальные сети, электронная почта, контент-маркетинг и пр.
- Оффлайн-мероприятия для ЦА как способ привлечения клиентов. Участие менеджера

Успешное взаимодействие с разного рода клиентами: ключевые, проблемные, недовольные клиенты, и пр. Отработка возражений

- Управление отношениями с ключевыми клиентами

- (привлечение, удержание, развитие взаимодействия и т.п.)
- Управление конфликтными ситуациями: решение, выход в конструктив, сохранение отношений с ними, отстаивание интересов банка
 - Недовольные клиенты: преодоление ситуаций и восстановление доверия
 - Отработка возражений: превентивные меры и методы решения при возникновении
 - Лучшие практики и стратегии работы с разнообразными клиентскими группами

Практикум — комплексный кейс «Отработка кейсов/возражений: «Проблемный клиент», «Вип-Клиент», «Недовольный клиент», «Потенциальный клиент»