

<<银行礼仪与网点标准化服务培训>>

图书基本信息

书名：<<银行礼仪与网点标准化服务培训>>

13位ISBN编号：9787504958051

10位ISBN编号：7504958050

出版时间：2011-3

出版时间：中国金融

作者：云晓晨

页数：206

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>

<<银行礼仪与网点标准化服务培训>>

内容概要

本书有四个特色：

最大的特色是服务于银行这个独特领域。

目前，市场上有许多讲解礼仪的书，都是全方位的，适用于各行业。

本书是笔者在众多银行实务培训的经验总结，笔者认为，银行有自身的经营特点，银行礼仪有自身的特殊要求。

因此，本书收录、整理了笔者在全国领先银行的培训务经验。

第二个特色在于实战。

本书收录的都是实际培训中的内容，笔者认为学好礼仪的目的是更好地服务客户，提升客户满意度和回头率，甚至能够引发客户的转介绍行动，吸引客户在银行再次下单。

学好礼仪是银行经营管理的需要。

因此，本书侧重于礼仪的“用”，而非礼仪的“知”。

第三个特色是结合银行业务谈礼仪。

礼仪蕴涵在银行业务服务细节中，礼仪是功利的，没有为了礼仪而讲礼仪的，良好的礼仪是为了让客户得到更好的服务体验，促进银行产品的销售，提高银行竞争力，提升银行的商业价值。

所以，本书针对大堂经理、柜台人员、客户经理分别介绍礼仪，同时，结合销售理财、网银、结算、存取款等具体业务谈礼仪细节，把礼仪与银行的营销结合介绍。

第四个特色是结合银行团队讲礼仪。

银行经营网点由支行管理班子、客户经理、大堂经理、柜台经理、理财经理组成一个团队，习惯称“战斗小分队”。

团队中每个人的角色不同、承担的职责不同，因而礼仪要求也各不相同，本书重点讲述团队中各角色的特定礼仪，同时阐述如何实现整体协同作战。

<<银行礼仪与网点标准化服务培训>>

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。

<<银行礼仪与网点标准化服务培训>>

书籍目录

基础篇

第一章 仪表礼仪

第一节 银行职员的发型

第二节 银行职员面容

第三节 银行女职员化妆

第四节 银行职员体味

第五节 银行职员手部

第六节 银行职员口腔

第二章 仪态礼仪

第一节 银行职员站姿

第二节 银行职员坐姿

第三节 银行职员走姿

第四节 银行职员鞠躬礼仪

第五节 银行职员手势

第三章 着装礼仪

第一节 银行服务人员着装礼仪

第二节 银行男职员着装规范

第三节 银行女职员着装规范

第四节 银行职员着职业装上岗规范

职员篇

第四章 大堂经理礼仪服务标准

第一节 银行大堂经理服务礼仪重要性

第二节 银行大堂经理礼仪守则

.....

服务篇

商务篇

咨询篇

后记 晓云银行服务礼仪口诀

<<银行礼仪与网点标准化服务培训>>

章节摘录

版权页：插图：为适应近年来越来越多的金额较大的客户的理财需求，各个银行都推出了有自己特色的理财服务，设立了VIP理财室，既符合了特殊人群的特殊需求，也体现了银行更加成熟、更贴近市场。

VIP理财室的功能定位是为不同需求的客户提供差异化的服务。

适合此项服务的客户大都是中高收入者。

而所谓VIP理财，就是用更好的品质和更加个性化的服务，为客户提供“一对一”的理财服务。

客户可以充分了解想知道的任何信息，与理财经理预约多种银行业务服务。

VIP客户是银行有价值的高端潜在客户，理财经理以及网点的其他员工都必须对这些客户提供更高质量的服务，创造一个属于高端客户的私人环境，培养客户对银行的忠诚和信任，从而达到双赢的目的。

九、财富管理中心高端客户室现在银行业竞争日益激烈，银行服务正悄悄地发生变化，各银行深知客户是银行盈利的基础，是银行生存发展的支柱。

尤其是在高端客户方面，各银行使出浑身解数激烈拼争。

能够享受财富管理中心服务的客户必须在本银行金融资产达数百万元以上，而这些高端客户可能同时跟多家银行有业务关系，并且这些客户将来也是银行和未来私人银行卡的潜在客户。

这些客户有很多渠道获取各种建议和息，一旦认准某家银行的服务质量，极有可能推荐给自己的朋友或同行，从而成为新的潜在客户源。

为了让潜在的客户或准客户成为真正的忠实客户，银行无论从营业场所还是产品和服务，都应努力为客户创造一个独享的高端客户服务空间，以获得高端客户的青睐。

<<银行礼仪与网点标准化服务培训>>

编辑推荐

《银行礼仪与网点标准化服务培训》：客户总是对的营销理财须因人而异，对老人多说保本，对青年人多说收益，对少妇多说理家，顺情说好话，不管客户最后结论是什么，客户总是对的。

五“心”级服务（热心、耐心、细心、称心、虚心）服务是生产力，服务创造价值，服务是银行立足之本，贯穿在银行生命线中，贯穿在银行工作的每一项业务中，贯穿在客户经理每一天生活中，五“心”级服务，即接待客户热心、回答咨询耐心、办理业务细心、让客户称心、赞誉面前虚心。

赠人以言，胜似珠玉（语言艺术）面对客户，一个会心的微笑，一句暖人的问候，一个真诚的祝福，是平凡之中的平凡小事，但却仿佛让客户如沐春风，赠人以言，胜似珠玉，客户是我们的服务对象，金融行业出售的是服务，优质服务是我们的“立行之本”亲切的语言，是发自内心的一种真诚，像穿过乌云的太阳，带给人们温暖。

“您好，让您久等了，真是不好意思，先喝杯水吧。

，”“欢迎光临，请慢走”尽量让每一位客户感受到惬意、舒心，让我们在平凡的服务中品尝成功的甘甜。

银行职员营销自己（自己的言行也是一种产品）“人立而后凡事举”，“人立”就是完善自我文明修养，修养不是先天得来，是从小事中积累出来的，做到内外兼修。

修内，提高服务技能，提高业务素质；修外，勤于思考，提升服务质量。

外勤拓展客户，内勤维护客户拓展要求高，维护要求同样极高外勤不怕苦，内勤不怕繁，则银行必兴礼仪不是礼貌，真正的礼仪是内在高超的专业技能与外在得体的待人接物举止完美结合

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>