

Q：何时该营销？

A：人流量少，发现潜力客户的时候

银行柜员不仅仅是业务办理人员，还应当是优秀的营销人员，担当银行产品的综合销售任务，如对私销售理财产品、存款、银行卡；对公销售网上银行、代发工资等。单纯办理存取款、办理对公结算的柜员是缺乏创造力的表现。

在商业银行里，虽然全员营销有时会拖延柜面办理业务的时间，但是某些特定的时候如等候的客户很少或简单的产品营销时，银行柜员适时地进行营销，还是很有必要的，不仅能缓解网点的业绩压力，而且还能为自己赢得绩效，同时锻炼自身的营销能力，有助于职业生涯的发展。

通常，柜面营销的内容就是在提供传统银行服务的基础上，通过主动营销，使客户得到已经满足的金融需求之外的其他产品。如一个普通储蓄客户，柜员们可以向他营销信用卡、国债、黄金、开放式基金等产品；一个普通对公客户，柜员可以向他营销代发工资、委托理财产品、代理保险等等。

准确地说，银行柜员可以根据与客户在办理业务交谈过程中获取的信息，对客户进行判断，开展有针对性的银行产品和服务营销活动。当然，柜员在办理业务的同时，营销的时间不能太长，最好建议一边办理业务，一边同客户交流和沟通，在交流与询问中发现或引导客户的潜在需求，然后见缝插针地将客户需要的产品推荐给他们。准确地说，银行柜员可以根据与客户在办理业务交谈过程中获取的信息，对客户进行判断，开展有针对性的银行产品和服务营销活动。

同时，营销的时机把握也需要仔细衡量，在等候客户过多的时候不宜对正在柜台窗口上办理业务的客户长时间地营销，这样会导致等候区的客户产生不满或者投诉，所以柜员营销是需要把握时机的（如以下两个案例）。

中午12点左右，某银行网点的大堂内只有2个客户，6个柜面窗口也只保留了2个还在正常营业，该网点近期正在热卖短期理财和贵金属产品；而两个客户分别到两个窗口办理业务，两个窗口的柜员A、B均有机会向客户做营销，但A和B的却表现出两种不同的状态。

案例一：柜员A的营销

柜员A：先生，您好！请问您办理什么业务？

客户：我要把我卡里的资金取出来（将卡从柜台窗口递送进去）。

柜员A：请问您取多少？

客户：全部都取出来吧？

柜员A：卡上有7万5千元，全都取了吗？

客户：是的。

柜员A：能冒昧地问您一句您打算用这笔钱做什么吗？

客户：呵呵，我想做一些投资。

柜员A：是关于哪方面的呢（追问道）？

客户：额...就是投资理财方面的（被逼问无奈回答）。

柜员A：我们银行也有一些高收益的产品呀。比如贵金属、短期理财产品，都是很不错的选择呀。

客户：是吗？收益率怎么样？

柜员A：是这样的，短期理财有31天的，有60天的，年化收益率约42%；贵金属主要有黄金产品，今天金价是338元/克，你可以投资黄金通、黄金定投、纸黄金等产品，收益率都是非常不错的。

客户：那看起来还不错啊，不过我好像听说对面的XX银行的短期理财收益率有45%哦，比你们高不少呀。

柜员A：这样的啊，高收益自然有高的风险，您除了听说他们的收益率以外，您可了解他们产品的风险度和产品的具体信息吗？

客户：那倒没有仔细去了解。

柜员A：恩，所以很多时候，有些客户经理只告诉您年化收益率，却并不会告诉您理财产品的具体状况，到底是保本型还是非保本型，您都不了解，这些都是非常重要的，而我们的理财产品则不同，具体什么产品，保本不保本，投资标的情况等等，理财经理都会向您做详细的介绍的，虽然收益率要低一点，可是风险的透明度是很高的，所以如果单单只为了想多赚2-3个点的收益，而让本金出现亏损那是绝对不值得的投资

客户：原来是这样啊，那既然你们这里产品透明度这么好，那我就考虑考虑。

柜员A：好的，那这笔钱就不取了吧，您购买一些理财产品，然后搭配一些贵金属的话就是非常好的投资了。

客户：好的，你帮我具体介绍介绍。

案例二：柜员B的营销

柜员B：女士，您好！请问您办理什么业务？

客户：我想汇一笔款给我的小孩，他在香港上大学。

柜员B：在香港念书呀，您的小孩真会读书，您很有福气呀，呵呵。

客户：哪里哪里，一般般啦。

柜员B：不过办理外汇转账会有些麻烦，需要点时间，所以可能需要您稍等十几分钟。

客户：没有关系的，我不着急走。

柜员B：那就好，这是我们的理财产品和贵金属的产品折页（递送折页给客户），您先看看吧。

客户：好的，那我先看看。

柜员B：您要汇款多少钱？

客户：汇5000元。

柜员B：好的，马上帮您办理（通过打开，柜员发现客户账户余额还有15万）。您刚才看的折页上的理财产品最近卖的很好，很多人都购买了，我感觉挺适合您的。

客户：额，我对理财没有研究过，不是太懂。

柜员B：没有关系，您可以先了解一下，从小额投资开始，不用一下购买很多。

客户：额，我还是再考虑考虑吧。

柜员B：....

柜员营销有优势

上面的两个案例都发生在中午客户不多的情况下，而且刚好没有其他客户在等候，所以柜员在面对具有投资潜力的客户时，完全可以把握营销机会，为客户做产品介绍和营销。柜员能够在第一时间了解到客户的资产状况，这有利于柜员判断该客户是否为潜力客户，随后借助帮助客户办理业务带来的信任感，向潜力客户做产品推荐都是非常有利的，即使营销不成功，也不会有过多的客户抱怨和投诉。

柜员A和柜员B的营销出现不同的结果，是两人的方法不同，对客户的把握有差异，但是这并不影响后续的客户营销，只要持续引导，柜员B服务的客户还是有机会从小额投资开始逐渐成为稳定客户的。

柜员营销三要素

既然柜员的营销如此重要，那么在实际服务中应该如何操作呢？本人以为可以从以下三点来把握：一是掌握信息、二是介绍产品、三是注重办理。

1.掌握信息。

在客户办理业务时，银行柜员通过与其谈话，掌握客户的有关信息和需求。例如一个客户刚发了年终奖3万元，来到某家银行办理存款。银行柜员在了解到客户的资金来源、办理活期存款、他行另有存款等信息以后，建议客户再转存2万元，凑齐5万元后可以办理通知存款业务，并告知客户通知存款利率比活期存款利率高很多，而且客户要是需要用款时提前通知银行就行，非常划算。客户了解到以后非常感激并于第二天就转账2万元过来办理了这项业务。柜员这一系列的询问和建议都是提前掌握和了解客户的资产信息，为产品介绍和营销做铺垫。

2.介绍产品。

在掌握客户有关信息后，柜员就可以开始介绍银行有关产品。如前面那位客户，在向柜员透露了他的有关存款时间组合、资金状况以后，还可以根据掌握的客户收入情况，介绍零存整取、开放式基金和保险等产品。

3.办理业务。

在成功获得客户的信息和向他介绍有关的产品后，客户可能已经有某种意愿，这时就要展开业务办理。同时，银行柜员应该把掌握的客户信息都输入客户管理系统，然后在客户存单到期时，通知客户或者上门联络，办理通知存款，在国债发行时通知客户认购国债等手续。

同时，银行柜员应该把掌握的客户信息都输入客户管理系统，然后在客户存单到期时，通知客户或者上门联络，办理通知存款，在国债发行时通知客户认购国债等手续。因为柜员虽然进行了成功的介绍，但客户完全有可能忘了或者是没时间及时地来银行办理有关业务，所以这项工作也是必不可少的，能够直接体现营销的成果。