

中等职业学校课程改革试验教材

银行客户服务技巧运用

■ 何冯虚 主编



高等教育出版社
Higher Education Press

中等职业学校课程改革试验教材

银行客户服务技巧运用

何冯虚 主编

高等教育出版社

内容简介

本书是中等职业学校课程改革试验教材。

本书主要内容包括：银行服务要素、银行服务基本规范、银行客户服务接待技巧、银行客户服务沟通技巧、银行客户服务投诉应变技巧、银行产品营销服务技巧、电话银行服务技巧、银行涉外服务技巧以及附录。全书从银行客户服务的基本知识、基本环节、服务技巧运用等方面进行了阐述与分析，便于学生进行模拟训练，使学生能够对银行服务岗位能力要求有一个初步的认识。本书附录包括银行服务基本要求、银行服务基本礼仪规范、银行服务柜台文明用语、北京银行服务规范等，以供参考。

本书可供中等职业学校金融事务专业学生使用，也可供从事银行业相关工作的人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

银行客户服务技巧运用 / 何冯虚主编. —北京：高等教育出版社，2007.8

ISBN 978-7-04-021164-1

I. 银… II. 何… III. 银行业务-专业学校-教材
IV. F830.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 104070 号

策划编辑	黄 静	责任编辑	孟 方	特约编辑	周果钧	封面设计	于 涛
责任绘图	尹 莉	版式设计	王艳红	责任校对	王 雨	责任印制	尤 静

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 北京东光印刷厂

开 本 787×1092 1/16
印 张 6.75
字 数 150 000

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2007 年 8 月第 1 版
印 次 2007 年 8 月第 1 次印刷
定 价 9.50 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 21164-00

前 言

通过对金融专业近期市场需求调查以及对金融、财会约 60 家单位及部门的岗位能力调查分析表明,我国经济的快速发展,使得金融领域对人才的基础素质要求越来越高,银行等金融企业对应聘者的职业岗位工作能力的要求越来越高。因此,为进一步推动金融专业教学内容的改革,适应银行等金融企业越来越高的岗位能力要求,探索新的教学内容与形式,我们编写了《银行客户服务技巧运用》一书,在职业教育教学改革及教材建设中进行研究和尝试。

《银行客户服务技巧运用》是一本实验性教材,其主要特点是:

第一,教材内容按银行职业岗位能力分类编写,与现实结合紧密,更贴近金融企业培养人才的实际要求。《银行客户服务技巧运用》全书内容共分 8 个模块,具体包括:银行服务要素、银行服务基本规范、银行客户服务接待技巧、银行客户服务沟通技巧、银行客户服务投诉应变技巧、银行产品营销服务技巧、电话银行服务技巧、银行涉外服务技巧。

第二,突出教材职业的特点,强调以职业岗位中的任务为引导,把教学重点真正落实到岗位能力的培养上,并在编写结构上力求对教学、对学生学习有所帮助和指导作用。

第三,编写体例上与传统教材不同,突出活动功能,即划分出学习目标、任务目标、任务描述、任务要求、任务完成过程、任务完成评价、教学建议等层面,以便于教学和学生自我训练。

课时参考表

模 块	教学与实训内容	课 时	说 明
模块 1	银行服务要素	6	以讲为主
模块 2	银行服务基本规范	8	以训为主
模块 3	银行客户服务接待技巧	10	讲练结合
模块 4	银行客户服务沟通技巧	10	讲练结合
模块 5	银行客户服务投诉应变技巧	10	讲练结合
模块 6	银行产品营销服务技巧	10	讲练结合
模块 7	电话银行服务技巧	8	讲练结合
模块 8	银行涉外服务技巧	8	讲练结合
合 计		70	

注:可以根据教学具体情况调整课时,或减少实训项目。

本书由北京商贸学校何冯虚任主编。参加编写的人员有:何冯虚(模块 1);祁铭瑜(模块 2-1、模块 3);丁雪梅、张竑(模块 2-2、模块 4);张毅(模块 5);夏方越(模块 6);王

字（模块7、模块8）。

本书成稿之后诚邀渤海石油职业学院副教授罗晓娟、北京银行崔立新同志进行了审阅。北京商贸学校、辽宁抚顺现代服务学校为本书提供了资料，在此一并表示衷心的感谢。

本书既可作为中职、高职金融专业学生教学与实训之用，也可作为金融管理干部培训之用；可单独使用，也可与金融专业其他系列教材配套使用。

限于编者水平，书中难免存在疏漏和不妥之处，恳请广大读者予以批评指正。

编 者

2007年4月

目 录

模块 1 银行服务要素 1

任务 1 掌握银行客户服务的要素 1

任务 2 学会银行客户服务分析 6

模块 2 银行服务基本规范 12

任务 1 银行服务礼仪规范 12

任务 2 运用规范语言服务客户 16

模块 3 银行客户服务接待技巧 ... 22

任务 1 银行客户一般接待技巧 22

任务 2 银行客户特殊接待技巧 27

模块 4 银行客户服务沟通技巧 ... 33

任务 1 学会与银行客户沟通的基本
方式 33

任务 2 运用倾听、询问的沟通技巧 ... 37

模块 5 银行客户服务投诉应变 技巧 42

任务 1 应对客户投诉的技巧 42

任务 2 客户投诉的情绪控制 50

模块 6 银行产品营销服务技巧 ... 54

任务 1 银行产品推销服务技巧 54

任务 2 银行客户经理对称营销技巧 60

模块 7 电话银行服务技巧 65

任务 1 运用正确的电话礼仪为客户
服务 65

任务 2 运用电话礼仪完成电话银行
服务 69

模块 8 银行涉外服务技巧 73

任务 1 运用简单的服务口语接待
外宾客户 73

任务 2 运用基本的礼节接待外宾客户 ... 80

任务 3 掌握主要国家的礼节和禁忌 83

附录 1 银行服务基本要求 89

附录 2 银行服务基本礼仪规范 ... 90

附录 3 银行服务柜台文明用语 ... 92

附录 4 北京银行工作服务规范 ... 95

参考文献 99

模块 1

银行服务要素

学习目标

- 掌握银行客户服务的要素；
- 学会银行客户服务分析。

任务 1 掌握银行客户服务的要素

任务目标

- 掌握银行客户服务的要素；
- 对银行客户服务进行管理。

任务描述

银行客户服务工作的任务是以银行客户服务质量为核心，以规范银行服务标准为导向，以建立银行服务管理流程为重点，以不断满足银行客户日益增长的服务需求为目的，建设一流的银行服务团队，培育一流的银行服务文化，打造一流的银行服务品牌，展示一流的银行服务形象。银行客户服务工作的任务也是银行客户服务要素的主要内容。因此，掌握银行客户服务的要素，进行银行客户服务的管理，就成为学习银行客户服务技巧的基础。

任务要求

- 掌握每一项银行客户服务的要素；
- 能够运用所掌握的银行客户服务要求进行管理。

任务完成过程

一、知识准备

(一) 银行客户服务的要素

为了具体实施银行客户服务，还应对银行客户服务的内容进行分类。银行客户服务要素是对银行客户服务对象进行的基本分类，是银行客户服务对象管理的具体化。

银行客户服务要素构成了银行客户服务活动的基础，也是评价和衡量银行客户服务质量的切入点。一般来讲，形成银行客户服务的基本要素是：服务制度要素、服务程序要素、服务形象要素、服务品牌要素。

1. 服务制度要素

服务制度要素是指在现代市场经济条件下，银行以规范和完善的客户服务体系为主体，以客户服务责任义务为核心，以提高客户服务质量为目的而制定的客户服务制度。银行客户服务制度包括：服务准则、服务语言规范、服务行为规范、服务技能规范、服务设施规范、服务环境规范、客户服务应急处理机制等。

2. 服务程序要素

实现银行客户服务程序化，是加强银行客户服务质量管理的目标之一。通过实施银行客户服务程序化，把所有的银行客户服务业务都程序化，员工要处理什么业务，或提供某一种服务，解决突发的问题，都需要按照各类业务作业规范、服务程序去操作。通过建立有效的银行服务程序，可以不断改进银行经营、增加银行客户的满意度、促进银行经营管理持续发展。因此要加强对银行客户服务程序监控和过程考核，从而实现统一的对外服务形象、形成统一的对外服务过程。银行客户服务程序包括：客户接待程序、客户问题处理程序、突发情况应变程序、解决客户投诉程序等。

3. 服务形象与服务品牌要素

随着金融市场竞争日趋激烈，呈现出从单纯服务竞争向银行的品牌、信誉和形象竞争扩展的趋势。银行品牌与形象作为特殊的服务要素，在银行服务中有着不可替代的作用。

银行服务品牌是指一个银行或一种服务在银行客户服务中所使用的名称、标记、象征或设计，或它们的联合体。银行服务形象是指社会公众对银行服务的整体印象和评价，它是银行服务个性化特征和品质在金融服务活动中的集中体现，也是金融市场竞争中的银行无形资产。

银行服务形象与服务品牌构建，如图 1-1 所示。

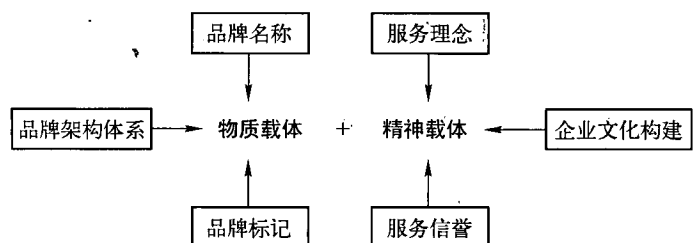


图 1-1 银行服务形象与服务品牌构建图

树立良好银行服务形象和服务品牌所产生的积极作用，一是可以增强银行的综合实力，为银行的未来发展提供原动力。二是形成银行品牌的价值，通过银行的良好服务和优质的金融产品，最终形成名牌效应。三是通过银行服务品牌，培养客户对品牌的忠诚度。四是竞争的最好手段。

总之，银行的品牌建立与形象塑造，是银行服务中不可忽视的问题，尤其在当前市场激烈竞争的条件下，银行通过品牌建立与形象塑造的方法和手段，开发服务产品和服务项目，进而实现未来的长远发展。

（二）银行客户服务的要求

第一，推行差异化服务，实现功能分区、业务分层、客户分流。

第二，延伸服务空间，加强自助设备管理，建立健全网上银行、电话银行、自助银行等多种服务体系。

第三，科学、合理地设置柜台服务窗口；出现客户集中排队、等候时，应及时增设弹性柜台服务窗口。

第四，配置一定数量的便民类和安全保障类服务设施，合理摆放、及时维护、正常使用。

第五，银行经营场所应配备大堂经理或引导员并规范其工作内容；及时识别、引导、分流客户，受理客户咨询，开展业务宣传，引导客户使用自助设备；合理、足额配备窗口服务人员，满足柜台窗口服务需要。

第六，维护客户合法权益，强化窗口服务人员服务质量的考核，激发其服务工作潜能，增强窗口服务人员职业操守和社会责任意识，提高窗口服务人员和服务管理人员的专业素质和管理水平。

第七，加大银行业服务宣传工作力度，增强社会公信力，增进社会公众对银行业的了解和认知，宣传文明规范服务，培育银行服务品牌，营造和谐氛围，展示银行形象。

（三）银行客户服务的管理

要想为广大银行客户服务，不断提高服务质量，就应该强化服务的管理。服务管理的具体内容：

1. 促进管理规范化

银行客户服务管理规范化包括：健全银行各项规章制度，制定银行服务章程，实现银行规范化经营、精细化管理、标准化操作，使银行各项服务管理行为更科学、更合理。

2. 提高客户满意度

为了更好地体现以客户为中心的经营理念、提高客户满意度，应提高银行员工主动服务意识，建立银行客户服务的规范标准，对银行客户服务的全过程进行控制，并研究银行客户服务的持续改进以及如何尽量满足银行客户需求。

3. 增强市场竞争力

为进一步开拓市场，增强市场竞争力，各商业银行需要树立品牌意识，形成良好的银行文化氛围和树立公众形象，使银行在市场竞争中处于领先地位，扩大自身的市场占有率。

4. 与国际银行服务标准接轨

随着国际交往的日益增加，外资银行在中国的业务交易量也在不断扩大，因此应推行符合国际惯例的银行服务标准。通过建立较完整的以客户为中心的银行服务体系，对整个银行服务过程进行过程控制，可以使客户体验到专业的标准化银行服务。

提升服务质量最好的方法是进行质量管理体系认证。通过质量管理体系认证，加强内控制度建设，提高客户服务质量，树立银行良好形象，适应全球金融一体化的要求。

二、情景展现



情景一：

某银行储蓄所明天要接受上级领导对本所服务质量的检查。为迎接检查，储蓄所主任草拟了一份本所抓服务质量的汇报提纲，准备重点汇报本所是如何从服务要素入手提高服务质量的。



范例:

小张是一名新分配到银行储蓄所工作的员工。上班第一天,储蓄所主任让他在营业厅观察客户接受服务时的排队时间是多长,以此来研究储蓄所工作的改进方法。



情景二:

这几天,某银行储蓄所主任连续接到客户投诉,反映开办业务的窗口少,自动柜员机又老出毛病,造成营业厅滞留大量客户,怨声载道。银行储蓄所主任应该从服务管理的哪方面入手解决问题呢?



范例:

上午 8:50,某银行储蓄所还没有开门营业,但门外已经排了很长的队,储蓄所主任马上叫实习生小张按服务管理规范组织引导客户。



小资料

知识指导

迄今为止,全球已经有超过 50 万家银行通过了质量管理体系认证。从银行业来看,国际著名银行如花旗、汇丰、渣打银行等都通过了质量管理体系认证。国内银行中的中国建设银行、中国银行、交通银行、招商银行等,为实现全球化经营,也已经或正在推行 ISO9000 质量管理体系。据中国工商银行票据营业部介绍,中国工商银行已有珠海软件开发中心、广州庙前街支行、上海分行电话银行中心、上海分行徐汇支行等机构均通过了 ISO9000 认证,目前数据中心(上海)正在积极推行 ISO9000 标准。

三、活动训练



各活动小组按要求完成下列活动:

活动一: 设计模拟银行储蓄所活动环境及存在的问题, 由客户组同学挑服务中的毛病。

活动二: 每个同学根据银行储蓄所客户服务中的问题, 制定一份服务管理改进计划。



小资料

活动指导

制定银行服务管理改进计划的具体实施步骤是: ① 到银行服务场所进行现场观察。② 将观察的现象进行分析、排列。③ 找出相对应的解决办法。④ 编写服务管理改进计划书。⑤ 落实改进措施。

任务完成评价

表 1-1 银行客户服务的要素任务完成评价表

评价等级	评价标准	备注
优秀	(1) 能够掌握全部银行客户服务的要素 (2) 能够根据银行服务中的问题, 制定服务管理改进计划	
良好	(1) 能够掌握两项银行客户服务的要素 (2) 能够发现银行服务中的主要问题	
合格	(1) 能够掌握一项银行客户服务的要素 (2) 能够运用所掌握的银行客户服务要求进行管理	

教学建议

教学中可以模拟银行服务的场景, 带领学生对银行储蓄所现场进行服务观察, 使教学内容、学生活动与社会实践紧密结合。

任务2 学会银行客户服务分析

任务目标

掌握银行客户服务分析的内容；

掌握银行客户服务分析的方法。

任务描述

银行客户服务中涉及多种因素，既有银行内部的因素条件，也有银行外部的因素条件。要在银行服务工作中，快速寻找矛盾，及时解决问题，就必须掌握银行客户服务分析的内容，掌握银行客户服务分析的方法。

任务要求

能够正确掌握银行客户服务分析的内容与方法；

能够解决银行客户服务中的问题。

任务完成过程

一、知识准备

（一）客户分析

银行服务活动最重要的对象是客户，客户是银行服务活动的中心。银行通过一定的传播工具把产品和服务传送给客户，客户获得满意服务后向银行授予货币支配权。在这一过程的背后实质是一种银行与客户之间的信息双向沟通过程，银行把有关金融产品和银行自身的服信息通过一定的载体形式传递出去，目标客户通过与载体的接触，根据自己的感知和经验，形成对银行服务和金融产品的认识，并将信息反馈给银行，这就构成银行服务、银行品牌、形象与客户之间的关系，如图 1-2 所示。

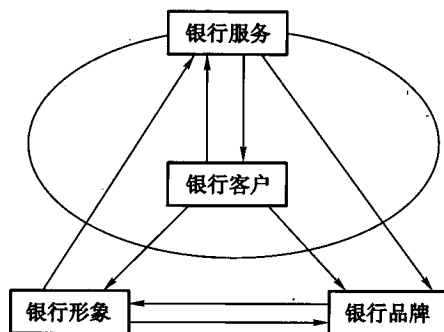


图 1-2 品牌建立、形象塑造、银行服务与客户之间的关系图

1. 品牌建立、形象塑造与银行关系分析

银行是品牌的拥有者，品牌作为银行产品质量、特征、用途、等级等概括性象征，同时凝聚着银行的风格、精神、文化和信誉等形象因素。品牌建立是银行的一项重要资本，是银行拥有的一项战略性资源，其主要体现在五个方面：① 产品的特征和性能；② 附着在产品之上的商标、专利、特许权、专有技术；③ 产品本身所具有的特有的销售网络或特有的客户服务系统；④ 产品本身所提示的使用者类型；⑤ 产品本身所反映的产品生产者所追求的价值观念。

2. 银行服务与银行客户的关系分析

对于客户而言，品牌建立与形象塑造反映了客户在其生活中对产品与服务的感受，这种感受涵盖了客户使用或享受某一特定的产品或服务时形成的对品牌的理解，这种理解构成客户对品牌的综合印象，这就是所谓的品牌形象。品牌形象大致可分为两种：功能形象和情感形象。功能形象是指客户对品牌所传递的与品牌功能性相关联的信息的认知，功能形象与产品所提供的功能和效用紧密相连。情感形象反映客户情感需要的满足，它体现为品牌在客户心目中与品牌相联结的个性、身份、生活、价值等情感性文化形象，这种形象与产品本身没有功能性联系，而是注重于品牌的心理感觉。

银行通过服务品牌向客户传递诸如属性、功能、名称、标志、服务、历史、信誉、文化、价值等信息，这些信息构成银行服务品牌资本的基础。客户与服务品牌接触过程中，通过自身的感受与体验，产生一系列服务品牌联想，这些联想构筑了服务品牌形象，即客户对服务品牌的感知，而这种服务品牌感知又会影响银行形象。同时，服务品牌建立与服务形象塑造是一个动态概念，受着多种因素的影响，随着时间的推移，市场环境、竞争形势和客户偏好都会发生变化。可见，品牌建立与形象塑造必须不断地发展演进。

（二）银行环境分析

客户的活动总要在某一特定的环境中进行，银行应该根据经营业务以及客户需要提供这种环境。这种环境包括银行服务的硬件环境，也包括银行服务的软件环境，银行环境是构成为客户服务的基本条件。

1. 规范的银行环境应达到的标准

在银行服务中，规范的银行环境应该是分区合理、设施齐全、美观舒适、干净整洁、标志清晰、业务宣传到位，公告、提示准确，服务承诺和收费标准公开、明确，如图 1-3 所示。

2. 银行服务环境具体评价标准

（1）应有统一、规范的银行形象标准，设置行（社）标、行（社）名、行（社）徽、门楣招牌等形象标志。

（2）银行标志牌、营业网点名称标牌、营业时间牌等应有序排列，使用的字体、颜色、比例必须规范协调，保持整洁。

（3）银行营业厅内环境整洁，卫生状况良好，光线充足，空气清新，温度适宜，绿色植物长青长绿。

（4）银行各类服务设施、机具、自助设备等，使用正常，维护管理及时。

（5）银行营业厅内各类单据、凭条摆放整齐无空缺，宣传材料张贴有序，宣传内容符合有关规定，无损毁、贬低他行或误导客户的内容。



图 1-3 银行储蓄所营业场所环境图

- (6) 银行应配备具有防伪功能的点（验）钞机，且正常使用，点（验）钞无误。
- (7) 银行应公布利率及有关产品服务价格。
- (8) 银行员工工作台干净整洁，无印泥渍，各种物品放置整齐有序。
- (9) 银行应设置便于客户监督、与当班员工相符的服务监督牌（员工牌）、客户意见簿。
- (10) 银行应为客户提供必要的便民服务区域和设施。
- (11) 银行应设置有“一米线”或相当功能的设施，保证客户在办理业务时相关信息安全保密。
- (12) 银行应在营业厅设置有咨询引导功能的岗位，银行大堂经理负责解答客户疑问，要求大堂经理业务熟练、形象端庄、态度和蔼。

（三）突发事件的原因分析及解决方法

在银行日常工作中经常会发生各种事件，一些事件往往会引发客户与银行的冲突，因而银行对待突发事件的态度应该是事件发生前积极预防、事件发生后及时处理，要本着客户第一的服务理念和服务思想，解决突发的问题。

1. 银行突发事件的原因分析

分析银行突发事件的原因有服务时间方面、服务态度方面、服务行为方面、服务技能方面等多种原因；有主观原因，也有客观原因；有些矛盾来自客户，有些源于银行的服务。例如，客户假币的被发现并没收，会引发客户与银行的冲突；银行服务态度不好，也会引发客户与银行的冲突等。

2. 解决突发事件的具体方法

(1) 银行应建立客户服务应急处理机制，健全完善应急处理预案。出现突发事件应迅速启动紧急处理程序，快速妥善处理，及时恢复正常的营业秩序，维护银行良好的社会形象。

(2) 银行应建立投诉受理工作机制，制定投诉受理流程，明确职责，专人负责，妥善处理，

及时反馈。

(3) 银行应建立与新闻媒体的沟通与交流机制。加强联络与沟通, 掌控媒体关注的银行业有关服务信息, 积极正面引导媒体关注热点, 发挥舆论监督作用。

二、情景展现



情景一:

当一个客户急匆匆拿着北京银行储蓄卡, 来到工商银行储蓄所柜台前取钱时, 被储蓄所营业柜员告知储蓄卡错了, 客户心中顿生烦恼, 自语道: “这储蓄卡差别太不明显了。”如果你是这个银行储蓄所主任, 应该怎么办?



范例:

这几天某银行储蓄所的客户突然少了, 与前几天储蓄所客户排长队的情形形成了鲜明对照。储蓄所主任让柜员小林分析原因。



情景二:

某银行储蓄所在营业时间内突然停电, 营业场所一片漆黑, 营业场所内的客户惊叫。这时在营业岗位上的柜员小林应该怎么办?



小资料

知识指导

为应对突发事件, 银行各营业机构都要对其工作人员、保安人员等进行系统的安全教育和专业培训, 以便能应付各种突发性事件的发生。具体要求: ① 建立落实好本单位的保卫值班制度与安全检查制度。事事要有专人负责, 专人检查。② 凡有条件的单位, 应当安装闭路电视监控设备, 保证营业场所安全。



范例:

柜员小林在今天的工作中因碰到熟人,就提前给熟人办理了业务,结果引来其他排队客户一片责难声,营业场所内排队秩序大乱。

三、活动训练



各活动小组按要求完成下列活动:

活动一:按银行客户服务分析的内容设置问题,分组进行训练。

活动二:按银行储蓄所工作人员、客户分组进行应急情况下情景二的训练。



小资料

活 动 指 导

银行要建立应急预案制度,提前发现并堵塞各种事故的隐患与漏洞。各营业机构必须认真安装好应急照明装置、应急报警设施,备齐、备好各种安全防护工具和防火、防水、防风器材,并要求全体有关人员人人都能熟练地使用。必须尽早安装闭路电视监控设备。

任务完成评价

表 1-2 银行客户服务分析任务完成评价表

评 价 等 级	评 价 标 准	备 注
优秀	(1) 能够熟练掌握银行客户服务分析的内容与方法 (2) 能够完成银行客户服务中三个问题处理	
良好	(1) 能够正确掌握银行客户服务分析的方法 (2) 能够完成银行客户服务中两个问题处理	
合格	(1) 能够正确掌握银行客户服务分析的内容 (2) 能够完成银行客户服务中一个问题处理	

教学建议

教学中应重视学生的分析方法，从发现问题入手，培养分析问题、解决问题的能力。在熟练掌握任务的基础上，进一步提高要求，在社会实践中使学生具有分析探究问题的意识。