

Министерство образования  
Московской области

Государственное автономное профессиональное  
образовательное учреждение Московской области  
«Егорьевский техникум»

## МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА МАСТЕР-КЛАССА

на тему:

### *«Этапы продаж банковских продуктов и услуг»*



РАЗРАБОТАЛА:

**Оськина Анастасия Максимовна** –  
преподаватель профессиональных модулей  
и общепрофессиональных дисциплин

г.о. Егорьевск  
Ноябрь 2021 г.

Рассмотрен цикловой методической комиссией преподавателей и мастеров производственного обучения дисциплин профессионального цикла (общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей) по специальности СПО: 38.02.07 Банковское дело

Председатель ЦМК

\_\_\_\_\_ Савельева Т.И.

Протокол № \_\_\_\_\_  
от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 года

УТВЕРЖДАЮ:  
Зам. директора по УР  
ГАПОУ МО «Егорьевский техникум»

\_\_\_\_\_ Большова С.Г.

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

## ВВЕДЕНИЕ:

16 ноября в ГАПОУ МО «Егорьевский техникум» для студентов 3-го курса группы БД-911 состоялся мастер-класс от представителя работодателя ПАО «Сбербанк» Абдрашиковой Анны Дмитриевны, которая на данный момент работает в должности кассира, а так же имеет многолетний опыт продаж и оформления широкого спектра продуктов и услуг банка.

Анна Дмитриевна рассказала студентам об этапах продаж банковских продуктов и услуг.

Если посмотреть на диалог сотрудника банка и клиента со стороны, то станет ясно, что вся беседа состоит из 7 фаз:

**1. Установление контакта** — расположить клиента, создать доброжелательную атмосферу, «благоприятную» почву для последующей продажи.

На данном этапе важно подготовиться к визиту клиента. От того, как вы встретите заемщика, зависит как дальше пойдет диалог. Согласитесь, что малоприятно, когда вы приходите как клиент, а встречаете равнодушие или игнорирование. Многие консультанты делают ошибки на данном уровне, подавая отрицательные сигналы клиенту. Это особенно актуально в нынешнее время, когда конкуренция за покупателя особенно высока.

**2. Выявление потребностей** — менеджеру важно понять, какой продукт наиболее полно удовлетворит потребности клиента, выяснить важные и наиболее существенные для клиента моменты.

Здесь нужно задавать правильные вопросы, чтобы подобрать необходимый тарифный план или выявить потенциального vip-клиента. На данном этапе нужно узнать о месте работы клиента, его кредитной истории, уровне дохода, его цели в получении займа. Банковский сотрудник должен владеть навыками переговоров, чтобы спрашивать так, чтобы клиент не напрягался от ваших вопросов. Данный шаг длится 3-4 минуты в среднем. Начала этого шага может быть таким: «Чтобы подобрать вам нужный тарифный план, мне необходимо задать вам несколько вопросов. Вы не против?»

**3. Презентация продукта** — рассказать о наиболее подходящем клиенту продукте на понятном языке, вызвать у клиента желание воспользоваться банковским продуктом или услугой.

Сотрудник фронт-линии банка должен быть компетентным в своем деле: знать тарифные планы, нормативную документацию и регламент банка, чтобы успешно рассказать о продуктах своего банка и предложить несколько вариантов покупателю займа. Нужно в выгодном свете показать достоинства ваших услуг, рассказать о требованиях к заемщику, подчеркнуть важность каждого клиента: «У нас к каждому клиенту индивидуальный подход.» Шаг длится до 3-4 минут.

**4. Работа с возражениями** — развеять все сомнения и дать аргументированные ответы на возражения клиента

Это, пожалуй, самый тяжелый этап продаж. Здесь нужно сохранять хладнокровие и спокойствие и помнить, что каждый клиент важен для организации. На данном шаге нужно продемонстрировать гибкость и знание продуктов ваших конкурентов.

**5. Завершение сделки** — доброжелательно попрощаться с клиентом, поблагодарить за сотрудничество и пригласить прийти снова.

После работы с возражениями приходит время собирать плоды. Даже, если человек просто пришел проконсультироваться, то нужно оставить такое впечатление, чтобы он снова вернулся. На данном этапе нужно резюмировать все ранее сказанное, повторить преимущества вашего продукта, еще раз сказать о требованиях к заемщику. Этот уровень продаж длится около минуты времени всей вашей консультации.

## **6. Кросс-продажа**

В банке этот этап еще называется кросс-продажа, то есть параллельная продажа дополнительного товара или услуги.

## **7. Закрытие контакта**

И в самом конце консультации вы должны спросить: всё ли понятно клиенту, остались ли у него вопросы, поблагодарить его за внимание и пригласить ещё раз в свою компанию. В банке это может быть услуга по оплате кредитов сторонних банков, переводы, вклады, которую может предложить любой сотрудник банка.

## Цели урока:

1. Изучить этапы продаж продуктов и услуг банка
2. Выявить цели и важность каждого этапа продаж банковских продуктов и услуг
3. Изучить понятие обратной связи с клиентами и ее важность в продажах банковских продуктов и услуг
4. Рассмотреть варианты обратной связи с клиентами



## Этапы продажи банковских продуктов и услуг

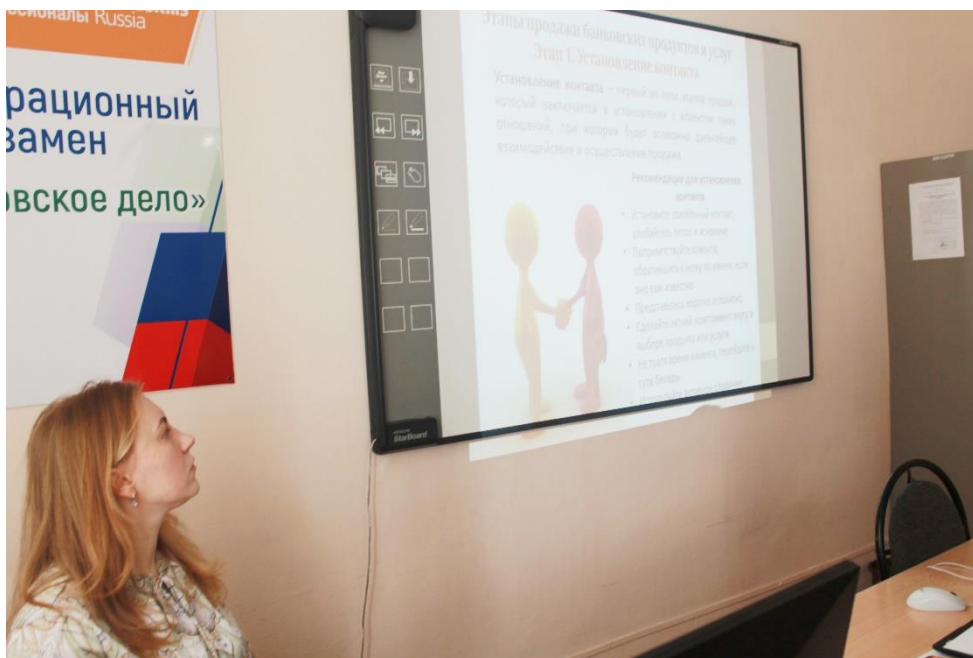
### Этап 1. Установление контакта

**Установление контакта** – первый из пяти этапов продаж, который заключается в установлении с клиентом таких отношений, при которых будет возможно дальнейшее взаимодействие и осуществление продажи.

#### Рекомендации для установления контакта

- Установите зрительный контакт, улыбайтесь тепло и искренне
- поприветствуйте клиента, обратившись к нему по имени, если оно вам известно
- Представьте коротко и понятно.
- Сделайте легкий комплимент вкусу в выборе продукта или услуги
- Не тратьте время клиента, перейдите к сути беседы
- Используйте активное слушание





## Этапы продаж банковских продуктов и услуг

### Этап 2. Выявление потребностей

Выявление потребностей это очень **важный шаг**, который позволяет:



- **1) Понять, чего же действительно хочет клиент и какой продукт подходит ему больше всего**
- **2) Вызвать доверие клиента. Клиент должен почувствовать, что вы действительно заинтересованы в том, чтобы подобрать правильный и наиболее оптимальный для него продукт.**



## Принципы работы на этапе выявления потребностей

1. **Принцип 20% на 80%.** Применительно к этапу выявления потребностей клиента — это значит 20% времени должны говорить Вы, и 80 % должен говорить клиент.
2. **Владейте инициативой.** Менеджер должен управлять разговором, направлять клиента в нужное русло. Зная свою продуктовую линейку, выявлять необходимую информацию.
3. Каждый вопрос должен приносить **нужную информацию.**
4. Используйте **воронку вопросов** и разные типа вопросов (открытые, альтернативные, закрытые)
5. Применяйте приемы **активного слушания**
6. В завершении этапа обязательно **резюмируйте** основную информацию

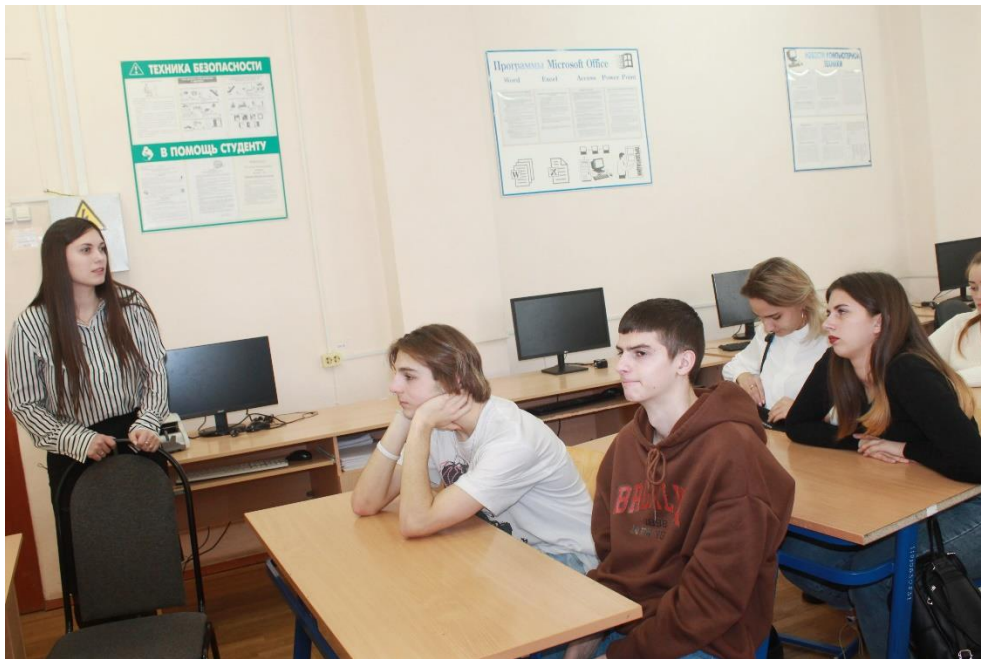


## Этапы продажи банковских продуктов и услуг Этап 3. Презентация продукта

Благодаря *презентации товара* до клиента доводится информация о продаваемом продукте, одновременно наблюдается его реакция на презентацию.

Качественно проведенная *презентация товара* значительно повышает шансы на продажу, а также информирует потенциальных покупателей о продукте или услуге.





Важным на этапе презентация является использование концепции **СВОЙСТВА-ПРЕИМУЩЕСТВА-ВЫГОДЫ**



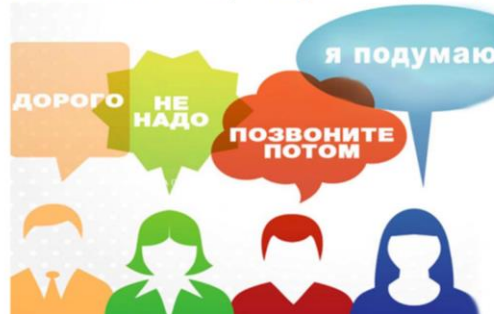


## Этапы продажи банковских продуктов и услуг

### Этап 4. Работа с возражениями

**Возражением** называется форма, в которой клиент выражает своё несогласие с необходимостью ему данного товара, качеством, ценой и/или другими характеристиками.

**Работа с возражениями клиентов** — комплекс мер, благодаря которым клиента удаётся убедить в необходимости покупки продукта или услуги. Чтобы она была эффективной, необходимо распознать потребности клиента, мотивы и сомнения, которые им движут.



## Работа с возражениями: этапы

### Принятие

- Да, мне понятна Ваша реакция..
- Хорошо, что вы об этом заговорили...
- Мне приятна Ваша заинтересованность...
- Да, это распространенное мнение...
- Я бы на Вашем месте думал также...

### Присоединение и аргумент

- Именно поэтому...
- Согласитесь что...
- И при этом...
- И вместе с тем...
- И в тоже время...
- Однако...
- «Но» запрещено...

### Закрытие

- Я ответил на Ваш вопрос?
- Эта ситуация для Вас прояснилась?
- Когда Вам удобнее встретиться и ... на этой неделе или на следующей?



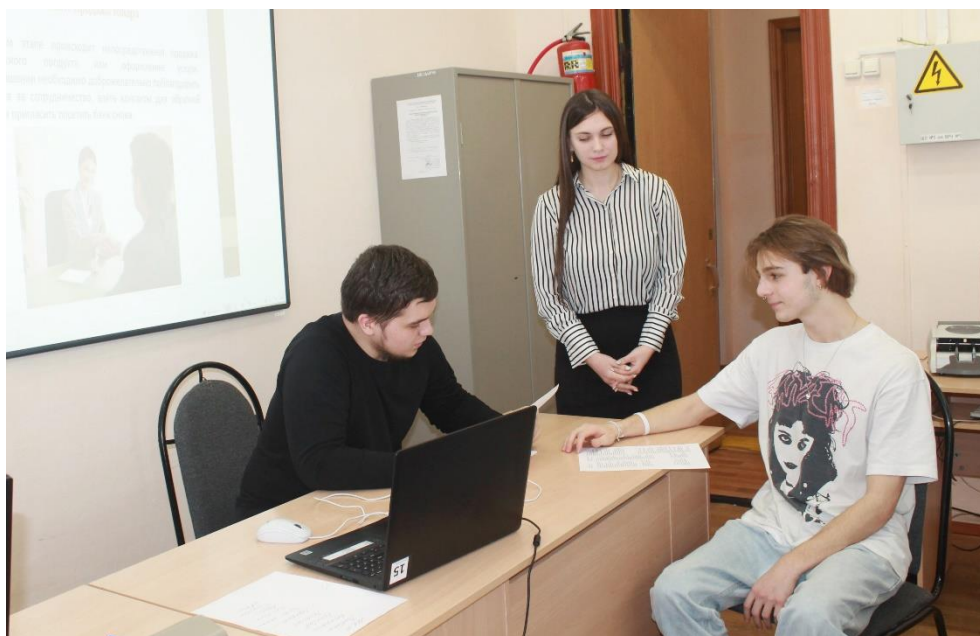
## Этапы продажи банковских продуктов и услуг

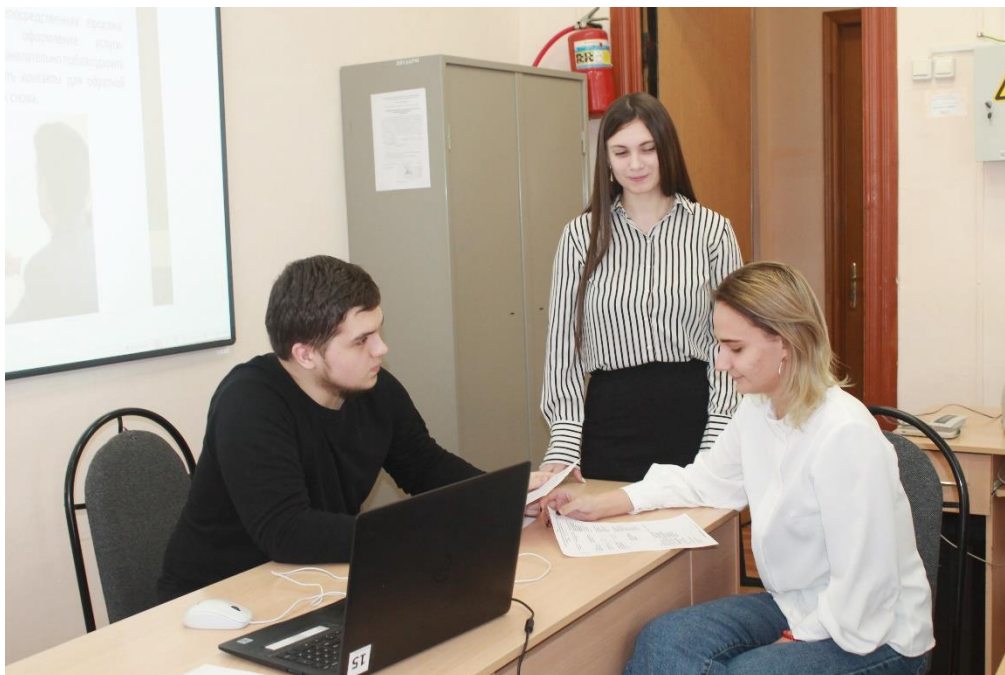
### Этап 5. Продажа товара

На этом этапе происходит непосредственная продажа банковского продукта или оформление услуги. В завершении необходимо доброжелательно поблагодарить клиента за сотрудничество, взять контакты для обратной связи и пригласить посетить банк снова.



После теоретической части студенты самостоятельно осуществили консультацию по продуктам и услугам банка, соблюдая рекомендации по этапам продаж от работодателя.





Мастер-класс имеет большую практическую значимость для студентов, так как полученные навыки они смогут уверенно применить в профессиональной деятельности банковского работника для успешного выполнения плана по продажам и построения системы долговременного сотрудничества с клиентом.