

# 《基于网点的对公业务发展思路》

——银行服务营销专家 汪含老师主讲

**【课程对象】**：银行行长

**【课程时间】**：浓缩版 1 天

**【课程大纲】**：

(领导指示发言:强调学习的意义和纪律)

课程内容

## 第一部分：剖析篇——支行客户目标对象行业分析

### 一、金融行业的转型发展及变革

1. 银行转型，不转不行
2. 从中外银行对比看发展重点
3. 各家银行的转型攻略分析
4. 银行客户的变化路径
5. 数据解读消费产品的市场趋势

### 二、中小企业概述

- 提示内容：了解企业信贷客户的范围，了解发展企业业务的必要性，熟悉企业划型标准及主要特点。

- 1、客户范围
- 2、划型标准
- 3、总体特点

### 三、企业目标客户

提示内容：掌握小企业条线授信对象及目标客户，熟悉主要目标客户群。

- 1、不同企业特征分析
- 2、企业生命周期分析
- 3、如何解决不同企业特点中存在的问题
- 4、目标客户定位

- 聚焦消费性行业，重点营销以国内需求拉动、弱经济周期、与衣食住行密切相关的消费性行业。
- 遵循“熟、小、好”的客户选择标准
- 目标客户群以“一圈一链一区”为主。

- 5、集群客户批量开发

### 四、企业目标客户群

提示内容：分析企业的主要目标客户群体，掌握重点支持营销的客户群体。

## 1、商圈客户群

商业街区营销途径与方法

品牌经销商营销途径

餐饮类小微企业营销途径

电影院线营销途径

行业协会（商会）营销方向

电商平台营销方向

## 2、供应链客户群

重点营销与核心企业合作持久稳定、关系良好，在产品和服务方面具有一定优势，与核心企业间依存度较高的小微客户。

## 3、园区客户群

园区营销途径与方法

科技型小微企业营销途径与方法

节能环保型小微企业营销途径与方法

## 第二部分：营销技巧篇——众里寻她千百度

提示内容：熟悉搜寻客户的方式方法，掌握营销过程中的一些技巧。

### 一、销售人员寻找发现潜在目标客户的方式与途径

#### 1、新客户销售线索开发

模块 1 业务发展计划

模块 2 关系营销：社交活动

模块 3 组织销售活动

练习：社交报告卡

#### 2、盘活存量客户密码的方式方法

#### 3、柜面流量客户的判断及分类

l 奢侈品的初步认识

l 客户判断的六个技巧

l 客户分类的标准及简易营销对策

#### 4、行外客户的搜集与甄别

l 搜集客户源的技巧

充分利用 CRM 系统，提供数据和技术支持

l 分类与筛选客户的技巧

#### 5、中小企业贷款产品营销要点

✚ 贷款对象的定位

✚ 如何把握小微企业贷款的行业风险

✚ 小微企业主“高利贷”识别小贴士

✚ 如何应对诉讼？

案例：招行消费易、周转易的诉讼应对过程

### 二、存款营销技巧

客户典型需求与结算产品的匹配

如何将存款营销嵌入流程

案例：光彩物流园案例

## 第三部分：高效能流程篇——网点负责人一天工作剖析

- ✚ 早班会
  - 会开会的领导是好领导
  - 早会流程
  - 早会的关键技术动作
- ✚ 网点厅堂主动服务营销巡视
  - 网点环境的巡视
  - 网点人员的巡视
  - 网点各岗位服务销售流程巡视
    - (柜面服务销售流程)
    - (大堂经理服务销售流程)
    - (理财经理服务销售流程)
    - (开放式柜台服务销售流程)
- ✚ 联动营销管理
  - 团队协作，联动营销
    - (网点岗位构成及明确岗位职责)
  - (联动滞后的网点会遇到的问题)
    - 技巧运用，提升效能
  - (成功案例借鉴----某银行联动营销视频)
  - (成功案例借鉴----某银行的联动考核机制)
    - 培养习惯，形成氛围
      - (拟定网点和营销人员营销目标及计划)
      - (厅堂的布局与营销产品成列)
      - (建立网点成功的营销文化)
- ✚ 周会总结
  - 高效周会流程介绍
  - 鼓舞士气----高效周会激励技巧