

课程名称：《从企业到产业链的联式营销》

主讲：郎静树老师 6-12 课时

课程大纲/要点：

课程导入：新时代，强监管背景下，金融服务关注五大新特点。

第一章 从企业到产业链的交易逻辑

一、企业交易与现金流逻辑模型

二、商业交易的逻辑：三流合一

案例：从舌尖到田间的金融服务策略——现代农业产业的链式金融服务

案例：汽车产业的上游供应商链和下游服务链

三、从企业到产业的交易链营销

四、互联网是联式营销的技术基础

社区商业的 5C 法则

第二章 如何做好链式营销，赢得产业链价值？

一、融资和托收承付的需求源于交易支付

1、交易：让企业产生现金流，让银行增存

2、金融服务：改变实体产业的现金流分布并增加现金流速

3、资金的用途就是支付，银行可以用信用支付解决企业资金困难

二、厘清交易的上下游关系开展关系营销

案例：连锁法获客的条件与时机分析

案例：什么客户会给银行拓展优质目标客户提供积极帮助？

三、做好现金流封闭管理的措施和提速现金流的产品组合

案例：从结算到融资到资金归集的交易银行产品组合

案例：现金管理系统，让银行成为产业链现金流的驿站

四、基于交易的产业链风险管理：数据质押式担保

五、搭建好服务交易的金融生态平台

六、创建一站式多功能的服务场景

七、拓展财资管理业务：让银行成为产业链交易的资金驿站

案例：集团公司资财管理服务方案

第三章 供应链金融服务的迭代演进及价值挖掘

一、供应链管理的财务目标和技术基础

二、供应链金融服务给企业和产业链带来的利益

1. 供应链合作关系给各方带来的利益

2. 供应链解决中小企业融资的四大难题

三、供应链金融 1.0 版：1+N 为核心的线下供应链金融服务

案例：某物产集团的线下供应链

四、供应链金融 2.0 版：线上线下融合的供应链金融服务

案例：从线下到线上的供应链服务，某银行营销全球 500 强公司

五、供应链金融 3.0 版：基于交易银行产品组合的线上供应链服务

案例：平安银行橙 e 网

案例：建设银行善付通：基于供应链服务的公私客户一体化支付系统

六、供应链金融 4.0 版：投商行一体化金融服务

案例：招行 C+智慧票据池

七、区块链能提升链式营销吗？

去库存：让存货和应收账款提前转变成现金流的路径探讨

课程回顾总结：均衡经济的目标就是产业的现金流顺利循环，金融服务就是提

速从企业到产业链的现金流速，我们的目标就是服务产业链，引导价值链，实

现趋利避险，创建好银行。