

课程大纲：《走出数据陷阱的精准营销技能》

主讲：郎静树老师 6 课时

课程背景：

从 2012 年开始，中国 GDP 增速持续减缓，实体经济特别是传统产业领域企业的经营效益持续恶化，造成商业银行信贷风险频发，资产质量恶化，因此如何提升客户经理识读企业财务报表的能力，走出报表数据的陷阱，开展精准营销，是商业银行从客户营销端开始风险防控，提升经营质量的有效手段。诚如日本营销大师铃木敏文所言“当我们赖以经营的环境发生了变化，我们遇到的所有问题都是新的，我们不能再凭过去的经验来解决今天的问题，因为那会让我们错得更多。” 商业银行公司业务营销如何有效地在逆境中突围发展，取得良好的效益，实现有效营销并占领业务突破的风口，这是当前摆在银行经营管理层面的头等课题，本课程由商业银行对公业务专家团队结合 20 年业务经验共同研发，并结合自己近三年来的营销管理心得和业务拓展业绩定制开发。所有案例全部来自于银行营销管理和客户拓展的实际工作，具有高度的可复制性和可操作性！

课程对象：银行对公业务客户经理、风控、合规及审批岗

课程收益：

通过本课程的学习使学员能够：

提升识读企业报表的能力，通过数据判断企业的风险点并找准企业的合理需求，据此进行合理的产品组合开展精准营销，实现营销成果的最大化。

授课方式：讲授、演练、互动、实战案例分析

课程大纲/要点：

第一单元 看清财报数据里的企业经营

一、 财务报表分析的基本逻辑

1、 财务报表分析的基本路径

2、 行业分析的主要关注点

二、 以产业链为核心的竞争力分析

1、 收入：成长与扩张的力量

案例：金亚科技的数据陷阱

2、 上下游信用政策与现金流量

案例：揭下利润的面纱——应收账款的质量分析

3、 存货：从报表中看生产工艺与周转效率

案例：往来账户的秘密

案例：固定资产的水份

三、 企业经营的目的——效益与分配

1、 看利润的实现过程

2、 看利润的结构及其变化

3、 看利润分配

小结：财务分析的逻辑小结

1、 银行贷款的三品是什么？

2、 三张报表之间的关系

3、 警惕：三个不平衡

第二单元 客户诊断模型与需求挖掘

一、 客户需求研判路径

案例：社会资金资本化流动的营销应对

二、 客户营销切入点诊断模型

案例：根据效益的客户营销排队

案例：根据客户财务资源和银行效益的价值挖掘

三、 企业交易与现金流模型分析

四、 如何掌握企业资金需求

- 1、 从现金管理中挖掘需求
- 2、 从应收账款管理中挖掘需求
- 3、 从票据管理中挖掘需求
- 4、 从外汇业务中挖掘需求
- 5、 从资产管理中挖掘需求
- 6、 从项目投资与项目管理中挖掘需求

第三单元 展开精准营销

一、 有效得得获客方法

案例：缘故法营销政府机构类客户

案例：交叉法营销优质企业客户

二、 精准营销的原则

- 1、 案例分享：赢在个性——差异化是领先之道
- 2、 案例分享：适需产品组合——追求价值最大化
- 3、 案例分享：击中痛点——服务延伸培育忠诚客群
- 4、 案例分享：领先半步——走向巅峰之道

三、 实现精准营销的能力提升模型

回顾总结（本课程设计时长 6--12 小时）：

- 一、 透过数据读懂企业，走出营销的数据陷阱，做好风控应对和价值挖掘的准备；
- 二、 在数据的基础上精确地诊断企业，通过客户需求路径分析，诊断出对优质客户一击即中的切入点；
- 三、 金融服务让企业的资产流动起来，在资产的流转中精准挖掘企业的需求，找出企业的痛点，追求风险控制前提下的营销和经营效益；
- 四、 有效开展精准营销的方法、原则和客户经理必须具备的能力培养模型。