

客户经理如何做好交易银行业务

课程背景：

近年来,交易银行业务越来越进入大家视野，引起普遍重视。从传统银行经营的核心业务和产品两大主线转变为，以客户为中心，围绕客户全财务流程，贸易流程中的需求来搭建银行业务能力，是当前银行对公业务转型的焦点。本文从交易银行定义出发，列明了交易银行是银行发展的大趋势，分析了交易银行业务对客户经理的作用。提出了做好交易银行业务的两大视野方向，三大产品框架。明确给出了客户经理营销交易银行业务的步骤。开创性的提出了交易银行业务的三大蓝海方向，并对具体模型搭建给出了建议。

课程收益：

- 为客户经理达成考核目标提供工具和武器
- 为客户经理个人能力提升提供方向和案例
- 为客户经理团队合作提供机会和战场
- 提升客户经理交易银行业务营销技能
- 为银行营销交易银行业务提供开创性方向和具体模型

课程时间：1天，6小时/天

课程对象：商业银行对公客户经理、对公产品经理、中台营销推动部门负责人

课程方式：理论讲解+现场互动+案例解析+情景模拟

课程大纲

导入：交易银行业务是银行发展的大趋势

一、交易银行业务的定义和分类

1. 起源国外——交易多，琐碎
2. 混淆：Transaction banking 与投行 TRADING 的区别

3. 交易银行的三大业务板块

- 1) 现金管理
- 2) 供应链融资
- 3) 国际业务

二、发展交易银行业务的必要性

1. 交易银行业务是银行三性要求下的大趋势

- 1) 安全性
 - 2) 收益性
 - 3) 流动性
2. 交易银行业务是规范经营的中小制造业后的必然选择
 3. 交易银行业务是政府智能小区、线上缴费、数字城市的搭建的必然需要
 4. 交易银行业务更是人民币国际化战略后的国家方向

第一讲：做好交易银行业务必备的两大视野

一、小微企业经营正规化

1. 政府政策引导
 2. 银行授信要求及价格驱动
- #### 3. 企业自身发展壮大的要求
- 1) 融资更易

- 2) 融资更便宜
- 3) 经营进入良性循环
4. 小微企业正规化对客户经理的意义

二、中大企业的供应链化

1. 具备基本条件

- 1) 有相当数量上下游客户
- 2) 这部分客户需要融资且无抵押
- 3) 采购和销售量大，但利润越来越少

2. 产业金融的发展路径展示

案例展示：TCL 金控的成功之路

第二讲：交易银行业务营销的步骤

1. 从客户需求层次出发的产品再分类

2. 吃透行业痛点后的方案设计

- 1) 小微制造业：正规化问题-对公结算
 - 2) 中大型制造业：主业做强、行业扩张问题-供应链
 - 3) 房地产：融资难的问题，资产负债率的问题-供应链
 - 4) 政府：增加 GDP，保就业-网络金融、供应链金融
- ### 3. 针对不同层级目标人员的技巧设计

第三讲：交易银行业务中的蓝海方向

一、大数据背景下的出口小微企业线上融资

1. 大数据来源的两大渠道
 2. 线上融资方案设计的三大核心
- ### 3. 线上融资方案设计的三大优势
- 1) 数据来源渠道更丰富
 - 2) 物流与资金流数据交叉验证
 - 3) 数据公开透明且无法篡改

二、外贸代理行业供应链打造

1. 外贸代理企业的三大特点

2. 外贸代理企业利润来源的三大渠道

渠道一：代理费

渠道二：结售汇优惠

渠道三：套利收益

3. 外贸代理企业的业务流程

4. 外贸代理企业的传统授信的四大难点

- 1) 无生产、无客户的流通中介
- 2) 门槛和技术含量低
- 3) 退税新政下无融资需求
- 4) 老板跨行业经营下的贷款资金挪用风险
5. 市场创新的方向参照——阿里巴巴一达通的先进经验

6. 外贸行业供应链的五大创新思路

- 1) 关键——引入政府
- 2) 核心——打造核心企业
- 3) 产品——商票作为结算和融资手段
- 4) 辅助——辅助出口信用保险

5) 电子化——跨境应收账款电子确认

第四讲：交易银行业务中人民币汇率避险方针

一、什么是人民币汇率？

1. 人民币汇率的定义
2. 汇率决定理论——购买力平价
3. 常用货币报价
4. 结售汇价格区分和优惠

现场互动：不同模式结售汇价格优惠的计算（测试题）

二、现行人民币汇率制度

情景模拟：人民币汇率制度的演变过程

三、汇率避险的出发点和目标

1. 汇率风险的来源
2. 汇兑损益的来源和汇率风险管理的目标
3. 选择方案前的三必问

案例展示：部分客户的错误出发点

四、汇率避险产品选择的两大渠道

渠道一：根据汇率避险目标来选择产品

渠道二：按照不同客户类型来选择

现场互动：按照交易对手的不同属性来选择产品

五、汇率避险产品的营销策略

1. 找到对的人，跟对的人讲对的事
2. 根据风险承受能力推荐产品
3. 讲前瞻趋势性
4. 四大注意事项
5. 学会回答客户的质疑
6. 习惯客户的各种打击

情景模拟：客户的各种奇思妙想和质问展示