

力争上游银行存款训练营

——银行服务营销专家 汪含老师主讲

【课程对象】：银行高管

【课程时间】：实战版 12 小时

【课程大纲】：

第一部分：对公存款营销

一、明确目标客户

(1) 确定目标客户----共赢

(2) 如何掌握批量获客渠道

拥有多种批量客户渠道

掌握不同渠道的营销策略

建立长期、固定、有效的渠道网

渠道推荐的客户认可我行服务

(3) 建渠道

目标——建立起本网点（本人）批量拓客渠道网

工具——依托总分行平台以及个人人脉关系

(4) 定策略

目标——制定差异化策略

工具——依托渠道网中不同渠道特性、营销方式、对象特点的差异需求；方案/模

板/资源

(5) 立口碑

目标——树立我行专业高效的口碑，形成螺旋上升的渠道推广模式

工具——多样的品牌塑造形式、丰富的活动策划方案

二、营销策略

1、“授信引存”策略思路----通常嵌入的常规存款方案

- 银行承兑汇票如何嵌入供应链融资
- 票据三套餐——拉存款大法
- 商业承兑汇票如何嵌入供应链融资
- 保函业务如何嵌入供应链融资
- 国内信用证如何嵌入供应链融资

2、抛砖引玉——善用资产投放

创新产品：银租合作

案例：金融租赁公司合作 XX 医院医疗设备租赁项目实例

3、“1+N 供应链”策略设计思路

案例：连锁超市供应商融资解决方案分析

4、表外产品运用派生存款

案例——**XX 建工集团应收账款收益权信托收获存款**

第二部分：机构客户存款营销--哪些业务存款会在疫后大爆发

一、公共医疗卫生

- 1、医院基建融资这些年遇到的障碍
- 2、分级诊疗的改革
- 3、疫情之后相关的医疗基础设施建设均将发力。
- 4、疫后医疗卫生版块业务重点
- 5、智慧医疗先进同业模式
- 6、医疗体系供应链案例
- 7、药品集采平台运行规则与案例
- 8、医药流通企业场景营销

二、住建版块---旧城改造和老旧小区改造

与旧城改造不同，老旧小区改造基本不拆除原有建筑，而以改建加固、完善功能为主。此次疫情，让大家看到了社区防疫的重要性，也对老旧小区改造的迫切性和必要性有了更多的认识。如：老旧小区的社区医疗场所有没有？社区工作人员的工作场地有没有？社区的集体活动场地、配送物资场地有没有？老旧小区的公共卫生和公共服务设施必须加强。

- 1、土储的征迁业务链条
- 2、土储之片区开发模式变迁
- 3、代建模式资金跟踪
- 4、农民工工资及保证金管理模式与案例
农民工管理平台搭建—某行桂建通卡案例
- 5、物业维修基金系统介绍与案例分析
- 6、租赁版块中的交易银行产品
- 7、建筑业企业供应链特点与综合实战服务

三、乡镇农村人居环境整治

1、乡村振兴的投资需求巨大--补短板需求巨大

解读：2020 年中央一号文件--《中共中央国务院关于抓好“三农”领域重点工作确保如期实现全面小康的意见》

解读：城乡建设用地增减挂钩指标新政--自然资源局发布

城乡建设用地增减挂钩指标新政的三大激励措施

2、县域行如何做呢？

3、农村集体产权制度改革带来的机遇

4、农村产权线上交易的业务机会

农村集体产权制度改革中的村务卡是什么？

农村集体产权平台模式案例详解

5、城乡建设用地增减挂钩业务下的存款业务机会

第三部分、疫情带给中小企业的的影响与存款机会

第一是对国家的影响。全国人民都能感受得到；

第二是对行业的影响。这波疫情对 3 类企业带来的冲击最大：

1. 现金流不充沛的公司

2. 业务纯线下的企业

3. 服务行业的企业

二、国家和地方政府、金融机构相关出台政策的解析

金融、财政出手了！30 条措施支持抗击疫情！

从苏州重磅出台支持中小企业共渡难关的十条政策来看中小企业破困局

案例：从扶持口罩行业的政策中发现机遇

支持小微企业主缓解资金周转压力

绿色通道保障金融服务畅通快速响应客户迫切金融需求

解读：浦发银行驰援西贝方案解析

服务不止于金融

三、客户需要什么--目标客户需求分析

(一) 发现新的营销机会：客户的资金流必然是链式流动的

采购类客户需求分析

销售类客户需求分析

理财类客户需求分析

融资类客户需求分析

资金管理类客户需求分析

案例：家电行业 1+N 解决方案--杭州分行菜鸟物流+SP 案例

汽车行业 1+N 解决方案—交通银行广汽智慧汽车方案

(二) 发现新的风控手段：ERP 系统实时把握企业动态

案例：疫情中光大：打造“光速”流程，构建多层次“金融+渠道+场景”服务体系

民生建筑装饰行业新供应链金融业务—中建云筑网

民生银行深圳全药网批量中小企业营销方案

1、反向保理——链式营销打开中小企业突破口

- 央行 2017 年 11 月发布修订后的《应收账款质押登记办法》深层次解读业务机会
- 评价供应链质量的五维模型：大产业、弱上下游、强控制力、低成本与高杠杆、标准化

2、加强渠道建设，重点支持与国有背景担保公司的合作

案例：江苏省 XX 市“加工贸易企业风险资金池”助企业解困

3、项目营销 保险助力

案例：某制造业“应收账款池管理+银保融易贷”模式

四、精确市场定位批量开发--特定客户群开发策略

大宗商品、行业或区域龙头、行业信息化服务商、电商平台、专业市场等五大领域是供应链金融的沃土。

思路一：政府与机构渠道

案例 1：中银集采通宝-面向政府采购供应商

思路二：商业渠道

案例 2：深圳分行-二维码收单业务对现金管理“母实子虚”账户的支持

思路三：开发园区与科技园区

案例 3：杭州银行——XX 高新技术园的投连贷业务

思路四：商品交易市场

案例 4：XX 分行——XX 小商品市场批量授信案例

思路五：产业链金融

案例 5——某超市供应商批量开发案例

思路六：县域产业集群

案例 6：XX 分行——苏南地区消费电子行业开发规划案例

五、如何去从行业分析中挖掘产业链批量导入业务机遇

目标客户群以“一圈一链一区”为主。

- 1、从企业报表中发现商机
- 2、某超市供应商批量开发案例
- 3、某商贸集团公司链式营销案例

六、整体风险点的把握-关键点控制

- 风险点在哪儿——物流
- 内外勾结的仓储

- 风险点在哪儿——现金流
- 中行融信达案例出现重大风险的原因
- 人情业务造成的隐患

第四部分、零售存款获取机遇----场景营销平台获客

达成工作目标：以客户为中心，深度融合金融与科技，快速迭代，以创造最佳客户体验为目的，以平台项目为抓手，配合交易银行部产品，灵活搭配金融产品，为全行业务转型提供新动能，统筹分行创新项目，协调分行内对公条线、零售条线、科技条线等相关资源，推广交易银行和金融科技相关的平台和产品，注重合规，重视风险，推动公私联动。

一、场景创新项目经验面面观

- 1、不带卡如何绑卡--广州大学城项目
- 2、数字折价券的分发--在事前可以通过 AI 做到精准营销
- 3、将活跃客户画像的大数据挖掘经验推广至零售存款层面

二、平台场景建设的思路---平台获客方法论

- 场景
- 客群
- 流量
- 平台
- 体验

1、智慧医疗、智慧学校、智慧社区、智慧园区、智慧城市、智慧出行六大场景的深耕细作搭建为零售引流的平台。

案例：可口可乐聚合收款

西柏坡智慧景区

万象天成停车场收费

购房验资易

仁爱医养智慧医疗项目

安徽高速石化加油缴费新模式

画像：拥有具有线上支付功能的 APP；同时接入支付宝、微信、银联等多种支付渠道；企业规模大小不一；追求低费率、高流量……

2、在公积金、电子居民健康卡、税务、医疗、教育、海关、烟草、财政非税、智慧城市、公共出行等方面多层次获客，围绕客户的日常生活，构建场景拓客，流量经营的机构客户便民服务场景作战路线图。

案例：S行直销银行实现社保缴费互联网+

案例：建行在某计划单列市上线的第三代社保 IC 卡系统联动营销

案例：T行上海某区落地公租房收银台

河南省烟草公司新商盟网上跨行支付系统

三、优质客户挖掘及协作联动（12小时就不讲了这块，要增加二小时才够）

1、第一步：多渠道增加客户接触频率

□ 邀约客户来行，增加客户接触频率

□ 邀约客户的话术、技巧与切入点

2、第二步：KYC（Know Your Customer），建立完整的客户信息

□ KYC的目的：通过沟通获取客户有效信息，精准定位

□ KYC的内容：获取客户有效信息的问题

□ 建立完整的客户信息（表格工具）

3、第三步：客户分群、分级管理

1)、解码客群——客户分群、分类服务营销

□ 客户分群的标准：**实战篇——不同行业不同对待**

案例：解码不同行业信息获取渠道和整合

职业、特色、家庭背景、资产来源、消费习惯、投资目的等。

□ 客户分群经营与维护策略

2)、依贡献度与理财心理对客户进行分级管理

□ 富人九大类型分析

□ 富人的投资理财偏好与维护重点

□ 依贡献度与富人心理学的分级维护

□ 四级客户的差异化服务与营销策略

4、日常维护

● 维护技巧：委婉接触——高频互动——痛点刺激——低低渗透

● 介绍常见的咨询问题及应对方法

● 介绍常见的事件营销商机