

《资产业务营销与谈判技巧》

——汪含老师【1天】

第一章 公司业务转型发展

一、点式营销：传统银行业务的微创新

- （一）如何在传统型的贷款产品中建立特色？
- （二）如何获取客户流动中的“存款沉淀”？
- （三）如何为轻资产型公司设计融资方案？

1

、传统负债产品的微创新

(

1) 思路：如何运用多产品封闭式引导客户存款

(

2) 案例：让客户资金在运动中获得增值

(

3) 案例：在贴现价格波动中巧用票据获取存款

(

4) 案例：巧妙营销城市拆迁补偿金—房票模式

2

、传统信贷产品的微创新

(

1) 引入担保方放大抵押物价值——轻松贷：有存又有贷

(

2) 引入资金方接力合作——接力贷：分段合作，释放规模

(

3) 成立过桥资金享受高收益——拉手贷：资金过桥 银企双赢

(

4) 批量开发商铺抵押产品——一铺双贷

(

5) 经营性物业长期融资——物业贷

3

、轻资产高成长公司的信贷产品创新

(

1) 知识产权（版权）质押贷款+流动性增强

(

2) 新型打包贷款

(

3) 资产包分层组合计划

(

4) 选择权贷款

二、垂直营销：重点客户与上市公司营销

➤ （一）营销机会从何而来？

- (二) 如何从公开信息、报表、报表附注中发现信息？
- (三) 如何应对此类公司的投标式竞争策略？

六

大营销机会

案

例 1：根据公司重大项目公告营销案例

案

例 2：资产注入带来营销契机

案

例 3：银行撮合资产重组带来企业价值重估

案

例 4：保理、订单反向融资

案

例 5：买方信贷业务帮助客户扩大销售—九阳集团案例

案

例 6：降低企业财务费用成功获取企业—盐城燃气案例

三、链式营销：存贷双收的组合策略

- (一) 发现新的营销机会：客户的资金流必然是链式流动的
- (二) 发现新的风控手段：**ERP** 系统实时把握企业动态

1

、从企业报表中发现商机	2
、某大型制造企业整体开发案例	3
、某超市供应商批量开发案例	4
、某小家电制造商批量开发案例	5
、某商贸集团公司链式营销案例	
四、表外营销：突破规模限制围墙	
➤ （一）在存贷比限制的情况下，如何营销获取客户	
➤ （二）如何运用表外业务工具突破信贷规模限制	
➤ （三）银行如何转型为资金牵线搭桥	1
、通过保函和国内信用证业务成功营销某大型上市集团	2
、案例：引入资金设计结构化融资工具	3
、对接理财渠道：把信贷资产转化为投资	5
、银行互联网金融部：新渠道打开新天地	
	五
、结算营销：借助交易银行创新结算业务新领域	

、交易银行是什么？

易性、平台化、轻资产的新金融服务？

应链与现金平台的整合？

户支付+场景金融+金融科技

、为什么交易银行是未来的方向

、交易银行模式对比及优势

发银行：围绕现金管理为重心进行组织架构的整合

信银行：以供应链金融为核心构建对公业务新模式

生银行：以贸易金融和供应链金融为核心成立交易银行

交

通银行：将交易银行产品扩展至金融市场同业交易市场

4

、国内交易银行发展“机遇”和“挑战”

(1) 智慧城市云平台：多模块、可落地、可复制

案例：山东省移动 CBS 项目

安徽高速石化加油缴费新模式

(2) 联合烟草公司推广零售商应用聚合收款产品，经营卷烟零售流量资金。

案例：河南省烟草公司新商盟网上跨行支付系统

第二章、对公客户谈判策略

1、谈判三大理念

(一)、真诚求实

(二)、平等互利

(三)、求同存异

2、谈判的分工与准备

(一)、确定谈判进度

(二)、组织谈判队伍

(三)、营造谈判氛围

(四)、制定谈判计划

3、高效沟通谈判六步曲

(一) 谈判策划

(二) 谈判准备

(三) 谈判开局

(四) 谈判磋商

(五) 谈判促成

(六) 实施检查

4、寻找对方底线策略

5、报价与议价策略

(一)、报价技巧

(二)、还价技巧

(三)、摸清低价技巧

(四)、促成交易技巧

(五)、高效的说服技巧

(六)、处理客户价格异议的 6 种方法：交换法、共赢法、诉苦法、小幅递减法、三明治法、反悔法

8、商务谈判促成技巧

- (一) 建立并强化优势策略
- (二) 同一战线策略
- (三) 假设成交策略
- (四) 逐步签约策略
- (五) 适度让步策略
- (六) 资源互换策略