

新形势下的存款营销途径与主动吸存策略

【课程对象】：银行公司部总经理、产品经理

【课程时间】：实战版 2 天，可以选择讲授内容

【课程讲师】 汪含

第一章、吸存是商业银行的传统文化

- 1、存款分类与考核口径
- 2、存款考核与存款营销工作特点

第二章、传统吸存套路的困境与局限

- 1、“关系型”存款面临的困境与出路
 - (1) 偏重关系营销的存款类型
 - (2) 以“关系+专业”为基础构建新型银企关系
- 2、“以贷引存”是伪命题：为什么传统信贷的留存率低？
 - (1) 如何“贷”？如何“引”？
 - (2) “实贷实付”对存款派生的影响
- 3、存款虚增的红线与监管要求
 - (1) 虚增存款的常见方式
 - (2) “七不准”对存款派生的影响
 - (3) 监管部门对存款虚增、公平竞争的界定
- 4、现阶段存款市场的新格局
 - 2017 年 12 月 6 日发布了《商业银行流动性风险管理办法（修订征求意见稿）》分析
 - 对资产规模小于 2000 亿元的小银行和超过 2000 亿以上银行的监管标准不同
 - 回归传统存贷款业务的政策导向

第三章、存款来源分布与吸存渠道分析

- 1、关于自然增长的消长分析
- 2、现阶段关系营销的新特点
- 3、如何提升以贷引存的效果
- 4、新兴结算工具对存款市场的冲击
- 5、理财业务对资金的吸纳效应
- 6、代理归集类业务
- 7、借力同业与混业合作吸存
- 8、存款市场洗牌：历年来银行产品创新开创的吸存新局面

第四章、吸存方式之点式营销：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) 批量开发商铺抵押产品——一铺双贷

(

4) 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

第五章、吸存方式之垂直营销：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

第六章、吸存方式之链式营销：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	

第七章、吸存方式之机构业务营销：交易银行助力存款沉淀

一、机构客群经营现状

(一) 机构客户定位

(二) 机构客户经营五大特点

- 安全效率要求较高
- 对交易银行需求旺盛
- 授信业务需求较少
- 具有广泛的社会性

二、机构客群经营环境分析

(一) 机构存款市场潜力巨大：规模大、占比高、增速快

(二) 财税制度改革让机构客户业务发展空间广阔

解读十九大相关章节

读《关于进一步加

解

读《关于印发社会保险基金财务制度的通知》（财社〔2017〕144号）

《

中央预算单位资金存放管理实施办法》（财库〔2017〕176号）

解

读 A 省——公益性事业单位优化整合方案

(三) 机构客户经营五大趋势

(四) 机构客群经营策略

三、重点机构客群经营思路——财政

(一) 财政客群经营重点——财政收支体系

- 政府预算管理体系及财政体制透视
- 财政部门对接渠道及业务开展模式

(二) 财政客群经营重点——地方政府债资金链

案例：天津土储专项债与土地整理中心专用账户联动营销

(三) 财政客群经营重点——国库集中收付资金之非税收缴

1、财政非税资金收缴方式

2、解读《政府非税收入管理办法》和新一轮的深化税收征管体制改革方案

3、2017年初财政部发布了《关于加快地方政府非税收入收缴电子化管理工作 的通知》

案

例：南京市财政非税缴费平台项目案例

(四) 财政客群经营重点——国库集中收付资金之集中支付

政府相关行业机构客户营销策略

四、重点机构客群经营思路——社保

(一) 社保客群经营重点

(二) 社保客群经营重点——社会保险基金管理新规

(三) 社保客群经营重点——职业年金归集办法出台

解读《关于印发职业年金基金归集账户管理暂行办法的通知》人社部发

〔2017〕110号

(四) 社保客群经营重点——社保基金与职业年金“链式营销”

案例：S行直销银行实现社保缴费互联网+

案例分析：广西 A 行以金融社保卡为切入口，发起对社保财政专户、社保卡和社保存款“三位一体”式的专题营销活动。

五、重点机构客群经营思路——公共资源

(一) 公共资源交易客群经营重点——保证金市场规模巨大

(二) 公共资源交易客群经营重点——整合改革进展不一

解读《“互联网+”招标采购行动方案（2017-2019 年）》

(三) 营销重点业务——政府采购服务

目标：开发供应链融资项下的现金管理系统、在线供应链系统，可依托该平台

与机构客户上游供应商、下游支付企业连接，营销供应商政府采购回款账户。

解读财建〔2017〕743 号

案例：A 市政府采购贷

重

庆联交所上线招标通项目

建

安居房票模式——营销土地整理中心专用账户

六、重点机构客群经营思路——公积金

(一) 公积金行业发展形势及政策

(二) 公积金中心资金支付行介入策略

- 继续加大归集、提取、委贷等代理资格营销，经营公积金收支流量；
- 协助中心开展个人缴纳公积金归集扩面，推广公积金贷款业务；
- 积极参与住建部公积金手机 APP 项目建设。

案例：商丘市住房公积金中心服务案例

(三) 杭州分行公积金信用消费贷款间连模式

七、重点机构客群经营思路——新农合

(一) 新型农村合作医疗资金介绍

(二) 新农合基本政策

(三) 发展思路及营销措施

案例：新农合“一卡通”营销记

八、重点机构客群经营思路——政府类公司（央企与地方国企）

(一) 政府类公司客群经营重点

(二) 政府类公司客群经营重点——政府“投”资平台

(三) 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

河南省电费项目接入案例

九、重点机构客群经营思路 -- 烟草

- (一) 开展烟草结算账户营销及维护工作；
- (二) 卷烟销售货款跨行支付结算项目营销，经营卷烟批发流量资金；
- (三) 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

十、重点机构客群经营思路 -- 教育

- (一) 应用校友卡、校园钱包、校友 APP 等智慧校园产品体系，实现零售客户引流。
- (二) 推广教育部考试中心报名缴费平台项目，打造示范应用项目。

案例：山西警察学院金融服务方案

- (三) 解读《关于中国共产党党费收缴、使用和管理的规定》

案例：同济大学党费管家平台

十一、重点机构客群营销沟通技巧

- (一) 政府与企业区别？
- (二) 政府部门客户的隐藏需求动机？

(三) 政府官员的管理风格分析与沟通策略