

# 代发掘金—代发工资业务的单位开发和资金留存

## 课程背景：

代发工资业务面广量大，不但能给银行带来批量化、持续化的客户和存款增长，而且还为银行的其他金融业务带来了新的营销契机，具有规模效应显著和事半功倍的作用，因此各家银行围绕代发工资业务的竞争愈演愈烈。

找准关键人是开发代发业务的要点，找到联系关键人，搭配产品演示代发服务方案，老板财务员工三个不同岗位常见异议及解决办法，后续执行并持续营销，并对若干案例进行解析，分析了营销难点、突破口、以及值得借鉴的做法；维护提升阶段讲解如何开展进企业活动营销，从政府部门、企事业单位、私营公司、互联网公司多种类型阐述全流程的客户开发和提升的要点，以帮助大家巩固知识，对应本网点客户进行营销。

本课程立足于代发业务前沿，从上述角度出发，分析了各家银行在代发业务的特色和最新实践，介绍了代发业务上分行业营销的最新成功经验。

## 课程收益：

- ◆ 掌握开发代发客户的要点及处理技巧；
- ◆ 熟悉代发工资业务的各行特色和最新成功经验，借鉴他行成功经验；
- ◆ 学会维护提升代发客户技巧，如何与执行人深化关系打造内部关系网、分层营销代发企业员工、如何进企业宣传、借助我行普通产品与专享产品等；
- ◆ 掌握“进企业”操作细节，从政府部门、企事业单位、私营公司、互联网公司多种类型阐述全流程的维护提升的要点。

**课程时间：**1天，6小时/天

**课程对象：**理财经理、对公客户经理、综合客户经理、营销团队主管

**课程方式：**讲授、分组讨论、案例演练

## 课程大纲

### 第一讲：代发工资业务的重要性和最新实践

#### 一、代发业务的重要性

1. 存款
2. 客流
3. 后续营销契机

#### 二、各家银行代发业务的产品特色和打法

1. 网银的客户体验
2. 业务的范围
3. 员工增值服务

**案例：**某行对存量和增量代发业务客户的分析结果

4. 提升代发业务的实施步骤

#### 5. 分行业代发业务营销的行动方向

- 1) 整合产品服务
- 2) 组合包装
- 3) 厘清人员职责
- 4) 明确机制流程

### 第二讲：五步开发存量客户代发业务

## 一、四维度梳理目标客户

维度一：在我行是否贷款

维度二：与我行业务往来是否紧密

维度三：工资发放方式

维度四：企业行业与规模

## 二、确定企业决策结构与流程

1. 确认关键决策人

2. 了解关键决策人

3. 营销代发异议分析

## 三、拜访关键人的流程

1. 结合企业进行产品搭配和服务演示

## 四、三类岗位常见异议及解决办法

1. 老板

2. 财务

3. 普通员工

## 五、执行代发和后续营销

案例：某国有行营销物业公司代发

## 第三讲：四招拓展外部客户代发业务

### 一、寻找目标企业之一——新注册企业

1. 互联网工具

2. 电话营销话术

### 二、寻找目标企业之二——公私联动

1. 如何获得有公司背景的中高端零售客户名单

2. 电话营销技巧

### 三、寻找目标企业之三——平台法

1. 代账公司

2. 商务秘书公司

3. 当地形成审批大厅

### 四、寻找目标企业之四——转介绍

讨论：如何提高转介绍客户数量

#### 1. 找准存量企业上下游转介绍的三大方向

1) 企业交易量大的对手

2) 企业交易频率高的对手

3) 企业新增交易对手

## 第四讲：资金留存之后续服务

### 一、代发客群经营分析

#### 1. 计算留存率

1) 流失方向的竞争对手分析

### 二、代发客群需求分析

1. 政府类

2. 企业类

3. 代发商户主

### 三、金融需求分析与非金融需求分析

### 四、维护提升技巧

## **1. 分层维护**

- 1) 高层
- 2) 中层
- 3) 财务人员
- 4) 基层员工

## **五、代发客群经营策略**

## **六、跟进营销中收产品电话示例**

## **第五讲：资金留存之企业行活动营销**

### **一、“企业行”活动营销总结**

**案例讨论：**养老客户社保工资

**案例讨论：**某省重点公立医院

**案例讨论：**某市行政服务大厅公务员

**案例讨论：**某科技信息技术公司

**案例讨论：**某包装工业有限公司