

公私信贷营销管理技巧

一、对公贷款总述

(一) 决定对公客户产品的因素：客户需求、行内政策（授信政策、产品政策、合规政策等）、形势发展(资金面、政策面)

(二) 对公客户五大需求

资金融通、促成交易、降本增效、扩大销售、加强管理

(三) 银行产品分类

授信类、结算类、增值类

二、资金融通型

(一) 适用客户

总的特点：资金总体紧张

具体分类：

新建企业或成立时间不长

投资扩张需求大、新增订单多、自有资金少

(二) 如何判断企业授信风险

1、信用风险判断两大要点四个步骤

2、要重视合规风险：反洗钱、环保等

(三) 当前政策支持授信行业及产品

1、基础设施建设：项目贷款

高速、棚改、地铁等有现金流

2、房地产行业：开发贷款

3、优质制造业：流动资金贷款、供应链融资

4、进出口客户：贸易融资及供应链融资

三、促成交易型

(一) 适用客户

实现交易需要大量资金或优质信用，依靠企业自身资源难以满足，通过银行授信产品、结算产品实现增信

1、需要经常提交大量保证金的行业，如建筑、造船等

2、需要大量资金用于采购，如进口大宗商品客户等

3、买卖双方互不信任，需要第三方居间保证

(二) 保函类客户及相关产品、营销

1、投标保函、履约保函、预付款保函、付款保函、质量保函、汇总关税保函等

2、非融资性保函的营销

(三) 授信开证类客户及方案设计、营销

1、授信开立国际证的两种还款来源

2、授信开证产品的结构化设计

3、国内证产品适用及风控

(四) 出口信贷型客户

出口买方信贷

(五) 资金监管类产品及客户营销

1、一手房交易资金监管

2、二手房交易资金监管

3、基金托管（资金监管）

四、降本增效型

（一）适用客户

资金相对宽裕，管理比较严格

（二）总的原则：资金面、本外币、境内外、即远期

（三）降低成本型

1、利率型组合产品

（1）市场资金面相对宽松

开立银行承兑汇票+买方付息代理贴现

开立国内信用证+福费廷/买方押汇

（2）资金面相对紧张

融资性保函+海外直贷

协议融资、协议付款、海外代付

（3）法人帐户透支

（4）外币贸易融资

2、汇率型组合产品

远期结售汇

期权

转收款、转付款

3、降税类组合产品

融资租赁（直融）

融资租赁+国内证

4、综合型产品

付款汇利达及变种

（四）扩大收益型

1、大额存单、结构性存款

2、表内外理财

3、现金管理

4、组合产品

理财质押+开立国内证/银行承兑汇票

五、扩大销售型

（一）适用客户

行业竞争激烈，需要扶持经销商或终端用户

（二）适用产品

销易达

三方保兑仓

四方保兑仓

工程车按揭等

六、加强管理型

（一）适用客户

集团客户、上市公司，管理较为严格

（二）适用产品

1、现金管理类产品

本外币资金池

现金管理

一户通

2、降低表内贷款

(1) 改变贷款主体型-----供应链融资

融易达及委托代理融易达

核心企业确认应收帐款并承诺付款下的国内商贴

商业承兑汇票保贴

融资租赁

(2) 改变资金来源型-----投行业务

信托计划

理财计划

发行短期融资券、中期票据

上市公司增发

3、降低应收帐款型

无追融信达

国内双保理

4、加强核算管理型-----互联网+

智慧医院

智慧法院

公共资源交易平台

七、对公大客户营销

(一) 客户在哪里？

- 抬头看天
- 低头梳理
- 善于借力
- 关键在跑

(二) 找准营销时机

有哪些机会

(三) 从哪里入手？

下楼式营销与双螺旋法则

(四) 怎么去见客户？

1、客户先接受银行还是先接受我们？

2、怎样赢得信任？

3、怎么不知不觉让客户喜欢我们？

(五) 如何挖掘需求

1、要善于提问

2、根据需求设计产品方案

(六) 如何突破拒绝

1、客户为什么会拒绝？

2、问题：为什么领导、朋友介绍，刚开始见面很好，第二次见面就冷淡，以后就推不动了？

3、客户更换银行背后的两种力量

4、怎么办？

➤ 要找准“四种人”

- 要用好“教练”
- 每一个软硬不吃的人的背后都有一个软硬都吃的人
- 要研究好关键人物
- 客户不需要也要坚持服务

(六) 如何做好长期维护

- 1、客户跑了并不一定因为是钱
- 2、大型客户长期维护的要诀：
 - 一个沟通
 - 两个一致
 - 三个保证

个人贷款营销：

一、4P 营销落地实操

1、去哪找——渠道

- 协会、商会、校友会、联合会、促进会、宗亲会——净值大客户
- 已退休干部、老年大学、夕阳红艺术团——中产客户
- 广场舞、旅友、奶爸奶妈团、培训机构——小康客户
- 种粮大户、养殖大户、中介大户——三农精英客户

2、找什么——产品

- 找市场需求
- 客户需求
- 找客户与银行结合点

3、如何促成——促销

- 心理暗示法
- 名人效应法
- 感情升温法
- 欲擒故纵法

二、4R 营销落地实操

1、去哪找——关联

- 企业大户、个体大户、中介大户、拆迁户——精英客户；
- 广场舞、旅友、奶爸奶妈团、培训机构——小康客户。

2、找什么——反应

- 倾听客户需求
- 嫁接贷款产品

3、如何谈——关系

- 情感关系
- 需求关系
- 服务关系
- 深层次营销关系

4、如何促成——回报

- 推介法
- 感思法
- 解决问题法
- 口碑营销法

三、如何做银行各类贷款产品活动的策划

1/客户群

➤ 不同的客户群活动的重点的不同

A/年轻白领

兴趣点：择偶/单身派对/交友/读书会/职业发展/演讲沙龙/电影/职业性格测试与生涯规划/健身/城际徒步/心理学知识/星座与运程

B/家庭主妇

兴趣点：子女教育/少儿绘画大赛儿童财商讲座/烹饪/亲子游/夫妻沟通技巧/中医与健康/星座/夫妻相处之道

C/企业老板

兴趣点：经济形势/经济走势与投资机会/运动健身/羽毛球比赛/风水/风水讲座/国学/国学讲座/投资/字画收藏/手表/名表风云/收藏/茶与人生

2/特殊客户群

A/拆迁户

兴趣点：车子/汽车 4S 店/房子/房地产商/投资/成功企业家分享/教育/学校择校，旅游/扑克比赛

B/兴趣爱好

兴趣点：摄影爱好者/风筝爱好者/钓鱼爱好者/书法爱好者/绘画爱好者/登山爱好者/养鸟爱好者

思考：活动策划围绕着 4R、4I 进行展开设计？

四、政府背后的个人营销流程

1/站在政府角度思考百姓关心的问题

2/帮助政府解压

3/搭建政府营销平台

4/感恩回馈百姓

5/政府银行联动推动营销平台

6/成立监督体制

7/不断增加曝光度，提升政府服务品牌

8/闭环营销圈

思考：对政府营销如何整合营销？

思考：对公营销抓两头，新增和现有的客户，新增如何增？老客户如何转介绍？

五、公私贷款客户营销平台的搭建重要性（个人成功案例）

滴滴、饿了么、携程、淘宝、微信、抖音、京东这些都是平台公司，为什么银行不能搭建平台做公私的贷款营销呢？

如果银行没有搭建贷款的营销平台，那么未来很难实现贷款规模的提升，在经营客户上成本会大大的提高，同业之间的竞争更加激烈。

案例一国有行：2016 年夏进行筹备，2017 年春筹备成功，某省建设银行营业部搭建公私贷款平台由行长的同学担任《某省中小微企业商会》会长，会员 2000 家，运作过程中采用企业走访，产品展示，企业家论坛，贷款产品资讯推介等形式进行平台化的营销。

案例二村镇银行：2014 年和 2015 年对某村镇银行帮助银行做了两年的营销咨询项目，2017 年 5 月 14 日董事长代表银行到国务院政策研究室进行了专项汇报在服务三农的成功经验，国务院政策研究室主任说工作了几十年从来没有一家地方性的小银行向总理进行汇报你家银行是第一次。搭建养螃蟹平台、

养大白鹅平台、优质水稻种植平台、电缆线生产平台、火龙果种植平台，银行成立 7 年没有不良贷款记录，这些平台的该银行成功实现战略规划，2018 年该行持股张家口某村镇银行并选派领导干部进行赴张家口某村镇银行进行管理。

案例三农商行：2018 年 5 月，一个月帮助湖南某农商行实现，存款净增 6.74 亿元，贷款净增 2.15 亿元。打破了银行长达 50 多年的单月和单日的存贷款记录。