

银行对公客户结构优化及目标客户开发执行策略

(获客渠道及产业园区、行业协会客户开发营销)

主讲老师：丁华

【课程背景】：

1. 地方政府负债过高、隐性债务持续压降、疫情影响、经济形式下行，投融资平台及房地产行业对银行综合贡献在下滑；
2. 银行存量客户在一定程度上不能有效支撑对公业务关键指标的持续增长，如对公存款下滑、贷款资金投放难的现状；
3. 各家银行提出对公业务转型——夯实客户基础，优化客户及资产结构的发展战略。

【课程收益】：

1. 强化银行对公管理者及营销人员对公业务稳步发展的逻辑，夯实对公业务发展“蓄水池”；
2. 掌握对公业务转型执行的关键点及实施思路；
3. 依据银行发展定位，明确对公营销人员寻找目标客户的路径、提升目标客户开发的技能及方法；

【课程对象】：

银行对公业务分管领导、公司部/业务发展部管理及人员、网点负责人及对公客户经理

【课程时间】：1天（6小时）

【授课方式】：

集中讲授、案例分析分享、小组研讨、实战演练、情景呈现及其它

【课程大纲】：

一、 国家政策、市场行业及对公业务现状分析

1. 国家发展战略（新基建等）及政策（地方政府隐形债务压降等）解读
2. 后疫情时期行业发展现状及趋势
3. 银行对公业务发展遇到的瓶颈及难点：客户基础薄弱、客户结构单一、…
4. 对公客户营销中遇到问题解析及思维观念转变（四个转变一个回归）

二、 为何银行对公核心指标增长乏力及对公存量客户梳理

案例解析 1：2021 年某银行对公存款连续 8 个月出现持续性下降，为什么？

案例解析 2：某银行某支行对公存款连续 2 年增长为负，为什么？

案例解析 3：某银行 xx 自治区分行，对公存款负增长（全辖银行都负增长），为什么？

思考：针对上述案例，如何有效阻止对公存款下滑的现状？

1. 按照客户行业属性、资产贡献度进行梳理
2. 存量客户行业属性 vs 国家发展战略客群 vs 区域市场行业客户占比 vs 区域市场 GDP 数据
3. 存量价值客户数 vs 核心指标的增长
4. 对公存量客户分户管户及客户深挖策略

三、区域市场分析及目标客户界定

案例分享：某银行辖区支行进行二个目标产业园区客户开发及营销，2 周实现 47 个意向客户开户、42 个贷款意向客户、授信金额达 3.2 亿元。

小组讨论：区域市场上那些是我行的对公目标客户？为什么？

1. 为什么要分析区域市场？
2. 区域市场分析中关键数据的收集与分析
3. 区域市场分析的思路

案例分享：某股份制银行某分行区域市场分析及目标客户确定

4. 对公目标客户的六个要素（重点维护及开发依据）

小组讨论：这样的目标客户在哪里？

四、银行获客渠道构建

🌟 获客渠道解析及营销实施技能——

1. 存量价值客户深挖及工具运用
2. 资源型客户深度合作-----案例解析“某股权交易中心”
3. 产品获客—供应链融资等
4. 行政事业单位——科技局、招商局、市场监管局等

5. 其他获客渠道（资源平台搭建获客体系）

🌈 获客渠道经营管理及维护策略——合作共赢与资源赋能策略

五、产业园区/行业协会目标客户开发与营销

1. 如何选择产业园区？

国家级高新产业园区、当地政府主导产业园、民营产业园区经营模式及特点解析

2. 产业园区如何摸底？

- ✓ 产业园区运营管理方
- ✓ 产业园区存量客户
- ✓ 产业园区门户网站
- ✓ 第三方平台产业园区清单获取
- ✓ 摸底的关键信息——园区产值、园区客户数、客户行业类型、……（工具实施）

3. 产业园区整体开发计划制定

4. 园区客户拜访及需求解析

- ✓ 拜访切入点及话术
- ✓ 拜访过程中遇到的八个场景及解决策略、话术
- ✓ 园区企业五大（采购、销售、融资、理财、管理）核心需求收集
- ✓ 需求分析及聚焦

5. 园区企业客户营销策略制定

- ✓ 依据需求，银行产品包装要点（痛点、数据、案例）
- ✓ 金融服务方案撰写（产品叠加 vs 案例直击客户痛点引导需求）
- ✓ 营销策略——降维营销策略、“开源节流+发展赋能”策略等

6. 营销活动执行及注意事项

- ✓ 活动定位/目的
- ✓ 活动策划的原则：成本低、效果好、树品牌

观点：为了开展活动而活动，只会降低客户体验度的下降及下次邀约成功率的下降

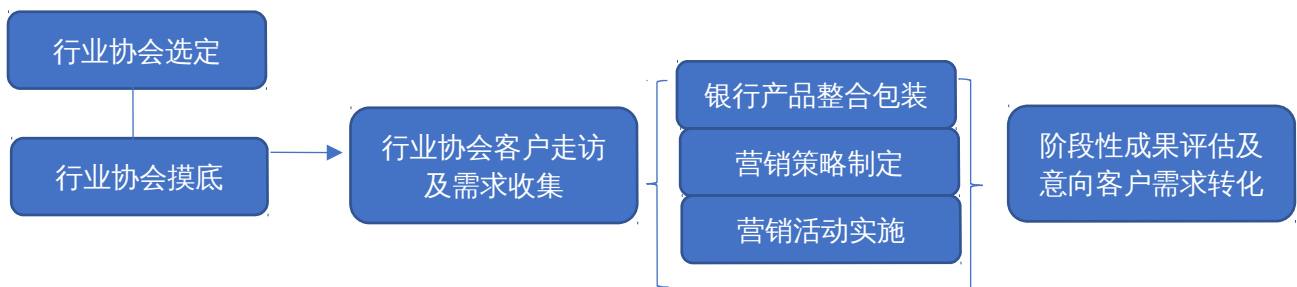
案例：某银行开展中小企业“财税规划、合理避税”为主题老板沙龙活动分享

- ✓ 园区企业沙龙活动主题列表及解析（如何与银行产品进行关联？）
- ✓ 批量营销宣讲材料设计与呈现技巧讲解（有图有真相、数据、案例等）

7. 产业园区可视化管理“二张图五张表”解析

- ✓ 两张图：区域产业园区分布图、产业园平面及经营数据图
- ✓ 五张表：园区开发实施5张“过程管控”表
- ✓ 产业园区营销成果评估及意向目标客户需求转化注意事项

小组研讨及呈现：如何对行业协会目标客户开发及营销？



六、课程回顾、小结及现场答疑