

## 银行对公业务——产业园区及行业协会客群开发营销产能提升

主讲老师：丁华

### 【课程背景】：

1. 疫情、贸易战等导致区域经济、行业客户增速出现较大的变化；
2. 国家对民营实体、中小企业扶持力度加大，导致对优质企业客户的竞争加剧；
3. 商业银行“双结构”调整,对公存量客户夯实及客户结构优化是重点；

### 【课程对象】：

分/支行对公行长、公司部经理、支行网点负责人及对公客户经理

### 【授课方式】：

集中讲授、小组研讨、案例分享、情景演练…

### 【授课时间】：

1-2天（6小时/天）

### 【课程收益】：

1. 强化银行对公客户经理对产业园区及行业协会开发营销的重要性；
2. 掌握一套如何分析区域市场的方法，为对公业务重点经营客群指明方向；
3. 强化对公营销人员如何有效开发营销产业园区及行业协会的整体思路及提升营销人员营销自信心及能力素质且掌握营销工具运用；
4. 提升对公批量营销活动策划组织及资源整合运用的能力，实现为客户赋能及产能提升等。

### 【课程大纲】：

#### 一、 银行对公存量客户摸底及区域市场分析

1. 市场环境、银行对公业务现状解析
  - ✓ 疫情、经济形势下行、政策对行业客户的影响；
  - ✓ 对公业务“双结构”的调整
  - ✓ 对公业务各项指标增长乏力或客户贡献值与预期不符

## 2. 如何开展存量客户盘点

- ✓ 按政策进行界定分类、分析
- ✓ 按客户所属行业界定分类、分析
- ✓ 按客户贡献值进行界定分类、分析等

## 3. 存量对公客户现在问题解析

## 4. 区域市场分析的重要性——明确业务重点方向、核心客群等

## 5. 区域市场分析——数据收集及分析

- ✓ 统计局 GDP 数据分析

案例解析：某银行区域市场 GDP 分析，明确“区域+行业”重点行业客群开发定位

- ✓ 区域政府产业规划及重点项目
- ✓ 三方平台数据（区域对公客户总量、行业属性、客户新增侧重行业、成立时间…d 等）
- ✓ 税务/科技局等数据分析
- ✓ 区域产业联盟协会数据分析等

## 6. 区域市场现状与存量客户对比分析（匹配、差异、相悖）

## 7. 区域市场行业分析——零售批发、制造业、运输与仓储……

实操演练环节：根据分支行所在区域，分析内部数据，明确分支行 5 大重点行业客户及未来重点深耕三大行业客群

## 二、 银行对公业务逻辑及目标客户界定解析

### 1. 对公业务产能持续增长的逻辑——“产能蓄水池”模型解析

### 2. 对公目标客户如何界定？——对公目标客户八个维度

小组研讨：区域市场那些对公客户是我行的目标客户？为什么？

## 三、 产业园区/行业协会解析及开发营销存在的问题

### 1. 产业园区、行业协会现状解析——经营模式、对区域经济发展作用及存在的问题等

小组讨论：什么样的产业园是银行对公营销的重点？

## 2. 园区开发营销过程中三大共性问题

- ✓ 与园区管理方对接合作单一
- ✓ 对园区企业所属行业了解不足
- ✓ 营销活动策划组织与三方预期不符

小组讨论：面对问题如何解决？

## 四、产业园区/行业协会需求分析及应对策略

观点：没有调研（了解企业经营现状）就没有发言权、没有营销基础，导致营销成功率不高；

### 1. 产业园关键方的需求分析

- ✓ 政府部门需求分析——GDP、园区企业税收
- ✓ 园区运营管理方需求分析——完成考核指标等
- ✓ 园区企业需求分析——五大核心需求（采购、销售、融资、理财及管理）

### 2. 主体需求解决应对策略

- ✓ 产品梳理——我行优势产品有哪些？能解决客户什么问题？是否有案例
- ✓ 资源梳理及整合——资源清单（含医疗、教育、财税、法律、投资等）

案例研讨：区域政府某园区定位为“人力资源产业园”，分析需求及拜访应对策略？

## 五、产业园区/行业协会整体开发营销实施流程及关键技能

### 1. 产业园区/行业协会开发营销流程模型解析

### 2. 营销关键工具解析——天眼查、前瞻产业研究院、同花顺……

### 3. 园区/行业协会客群开发指标设置——开户、贷款投放、客户贡献度

### 4. 开发营销前的准备

- ✓ 园区/行业协会摸底——如何摸底？了解那些信息（如何拿清单、如何对接关键人）等
- ✓ 园区/协会开发营销计划制定
- ✓ 营销小组如何组建？
- ✓ 物料（含小礼品）及商务礼仪要求

- ✓ 园区/协会开发营销要求——营销行为指标、工具运用、需求转化、营销复盘等
- ✓ 园区/协会行业知识学习——产业链、商业模式、企业发展瓶颈、行业案例等
- ✓ 拜访营销话术及异议处理讲解
- ✓ 约见策略——存量转介、陌生拜访、电话约访执行技巧

## 5. 拜访营销实施技能技法解析

- ✓ 关键人见面三层意思的表达
- ✓ 企业关键人交流的流程解析（八个环节）
- ✓ 陌生拜访中如何有效降低客户的防备心理及拉近与客户之间的距离
- ✓ 客户需求挖掘及引导策略
- ✓ 拜访过程中常见异议的处理——关键人不在、有合作的银行等
- ✓ 客户拜访重点信息建档及分析——下一次拜访营销切入点
- ✓ 客户需求——金融服务方案设计与撰写

## 6. 拜访营销实施后复盘

- ✓ 盘点客户走访中遇到的问题及存在的不足
- ✓ 小组学习——行业、客户风险、需求及金融服务方案设计等
- ✓ 需求转化计划及目标

## 7. 产业园区/行业协会客户批量营销之“主题沙龙”活动策划组织

案例分享：某银行参加街道办事处举办的企业主题沙龙活动遇到问题？

- ✓ 主题沙龙活动实施流程解析
- ✓ 对公企业关注的焦点问题分析——财税、开源节流、融资、投资等
- ✓ 主题沙龙活动宣讲材料如何制作——四个维度三个点金之笔
- ✓ 沙龙活动执行三大工具运用解析
- ✓ 沙龙活动后的三个关键动作——提升银行品牌及需求转化率

## 8. 分支行园区/协会客户开发进度示意图绘制

- ✓ 分支行辖区内产业园区/行业协会分布图
- ✓ 产业园区楼宇、楼宇客户、客户合作示意图
- ✓ 园区/行业协会客户产能一览表

#### 9. 与园区/协会资源分享平台的搭建解析

- ✓ 什么要搭建资源平台
- ✓ 如何搭建资源平台——提供多元化服务，帮助客户解决企业生命周期各阶段的问题
- ✓ 资源平台模型分享

### 六、课程回顾、小结及现场答疑

#### 课程实施备注/建议：

1. 建议培训参训人员先了解分支行对公存量客户数据、区域政府 GDP 数据（行业细分的增速）、政府产业结构规划及政府对哪些行业有政策扶持；
2. 提前了解分支行区域市场产业园及行业协会的情况，便于小组研讨过程中交流；
3. 如果银行有企业沙龙宣传 ppt 材料，可准备一份。