
商业银行综合收益 快速提升实务

卷、培训背景

面对目前金融形势的快速变化,商业银行传统金融模式受到冲击,正如比尔·盖茨所说:“传统银行如果不改变,就是 21 世纪快灭亡的恐龙。”

客户对于银行需求的转变,对银行提出了更高的要求,很多银行目前面临的问题:

信贷规模紧张怎么办?

存款搞不上来怎么办?

中间业务收益上不来怎么办?

客户忠诚度很低?

综合收益上不去?

本课程针对目前中小银行遇到的这些问题,总结各家银行的实践成功经验,协助各家银行更好的应对目前经营过程中遇到的瓶颈

二、培训对象:商业银行管理层人员,支行行长,客户经理、产品经理、风险经理等

三、培训内容:最新商业银行提高综合收益的策略和成熟的方案展示,包括如何快速拓展存款,提高中间业务收益,增强客户的粘合度,针对不同行业,不同类型的客户进行针对性的分析讲解。

四、培训目标:转变商业银行固有传统业务思维,从传统的融资银行转向精耕细作的商业银行,更好的适应金融形势的发展,帮助商业银行更从容的面对商业银行的转型。

五、授课形式:实际案例讲解,并示范对重点客户类型的营销模板及授信方案设计

六、课程大纲:

一、商业银行目前在经营过程中遇到的问题分析

- (1)、同业竞争压力巨大
- (2)、客户粘性差
- (3)、综合收益率低
- (4)、对公从业人员专业化程度低
- (5)、创新能力弱

二、无贷户、存量客户的盘活与深度挖掘

(一)、无贷户需求挖掘

(1)、无贷户特点分析

(2)、无贷户需求分析

融资需求

采购需求

销售需求

理财需求

管理需求

其他

案例分析：医院长期不用信，如何提升客户对行的综合收益率**

思考：本地还有哪些客户可以采用这种方式复制营销？

(二) 存量客户综合收益提升关键点

(1) 打破贷款+开票两把刀

(2) 顾问式营销

(3) 多产品组合融资

(4) 由点向链式营销引导

(5) 多元化的金融及非银服务

案例分析：某上市公司多元化服务提升综合收益率，增强粘性

(三)、客户信息收集

(1)、高效收集客户需求信息的方法

(2)、高效引导客户需求的方法

(3)、客户需求挖掘机巧

三、客户关系维护的最新策略

(一)、客户关系两手抓

(1) 对公——创造并满足机构核心需求

(2)、对私——创造并满足个人核心需求

(二)、客户关系维护的主要方法与途径

(1) 分层维护

(2) 专业知识维护

(3) 顾问式

(4) 情感维护

(5) 优质银行服务

四、综合收益提升策略及案例分析

(1) 公私联动实现综合收益提升

案例分析

(2) 投贷联动实现综合收益提升

案例分析

(3) 多产品组合融资实现综合收益提升

案例分析

(4) 金融科技实现综合收益提升

案例分析

(5) 产品创新应用实现综合收益提升

案例分析

(5) 同业业务实现综合收益提升

案例分析

五、开展负债业务的最新思路

(1) 快速吸存的策略及方法

合理搭配信贷产品

设计存款

拉动结算存款

案例分析

六、如何快速增加银行中间业务收入

(1) 同业业务增创中收

案例分析

(2) 资金撮合业务增创中收

案例分析

(3) 各种托管及专项债业务增创中收

案例分析

七、如何开展最新的链式营销增加银行的客户数量

- (1) 全产业链营销将成为趋势
- (2) 借助核心企业实现上下游企业批量获客
- (3) 传统授信如何向链式营销转化
- (4) 流动资金贷款的贸易融资化应用

案例分析

八、如何开展最新的票据产品组合业务

- (1) 未来最具市场前景的商票业务

适用客户

营销切入点

收益

风险

- (2) 其他实用票据产品组合

降低融资成本--买方付息

增加存款---票据置换

票据垄断---票据池/票据管家

案例分析

九、综合化授信方案设计--专业化技能提升增加银行综合收益

- (1) 不同客户类型的授信设计方案（营销案例）
- (2) 产品的搭配组合技巧
- (3) 挖掘企业真正的融资需求的方法
- (4) 大客户的营销方法
- (5) 中小微客户的营销方法
- (6) 客户关系是公司业务的核心所在
- (7) 客户关系主导营销流程
- (8) 不同客户类型后期维护和深度挖掘技能

十、授信方案的设计原则

- (1) 如何设计授信方案（横向）瞻前顾后
- (2) 如何设计授信方案（纵向）

-
- (3) 如何设计授信方案使银行收益加倍
 - (4) 如何将产品进行合理组合销售
 - (5) 如何设计授信方案（搭配）节约资本
 - (6) 不同类型客户使用不同的方案搭配
 - 小微企业批量开发的方式
 - 挖掘大客户的最高综合收益率的方法
 - (7) 如何设计方案可以最大限度控制风险

十一、小微及零售业务营销要点及授信方案设计

- (1)、小微存在形式
 - 两圈两链
- (2)、小微瓶颈问题分析
- (3) 批量营销成为中小微营销的大势
- (4)、多产品交叉销售
 - 案例分析
- (5)、小微票据营销技巧
- (6)、小微企业贷款客户的真实需求
- (7)、客户典型需求与结算产品的匹配
- (8)、如何将存款营销嵌入流程

十二、客户忠诚度提升及后期持续开发问题

- 解决客户圈圈层层问题
- 真正担当客户财务顾问
- 优质的非银服务
- 严密的贷后检查
- 贷后检查-绝佳的营销机会
- 其他

十三、经典授信方案模板授信培训

- (1) 详细讲解各类经典的医院、超市、商场、钢铁、煤炭等众多行业经典授信方案模板

课程小结
