

商业银行对公转型及 营销能力提升实务培训

一、课程背景

商业银行转型势在必行，传统银行模式早已不适应现在金融形势的变化和客户的需求，如何精细化的营销客户，将客户综合贡献度提升上来，已经成为每家银行需求重点研究的，银行需要培养一批专业化对公人才，来实现商业银行转型需求。

二、课程大纲

一、商业银行转型趋势

1、传统银行向贸易融资银行转化

案例展示

2、单一存贷息差收益转变为中收比例日趋提升--撮合业务提升日程

案例展示

3、单一产品营销向多产品组合综合化金融服务方案转化

案例展示

4、按需服务针对不同客户快速反应，个性化产品及方案全方位服务客户

案例展示

5、线下向线上转化

案例展示

二、如何提升对公综合营销能力

1、客户经理能力提升

1) 了解银行信贷产品工具--解决贷款+开票两把刀

2) 掌握与客户沟通技巧

3) 完善服务

4) 拓宽获客渠道---批量营销

2、了解客户

1) 客户经营情况分析

2) 客户财务情况分析

3) 客户交易链条分析

4) 客户交易结算工具分析

5) 客户风险控制分析

3、不同客户深度营销

1) 存量客户的深度营销

A、单一产品向综合化金融服务方案转化

B、给客户自身融资向链条及交易对手融资趋势转化

C、公私联动综合化营销

案例分析

D、客户所在产业链的横向营销

案例展示

E、客户各节点需求分析

案例分析

2) 无贷户客户营销

无贷户客户需求分析

如何撬动客户用信需求

如何增加银行综合收益

案例展示

3) 中小微客户营销案例

中小微客户分析--缺少授信手段

应对策略

中小微客户营销策略展示

案例分析

4、了解商业银行信贷产品工具

银行目前授信工具

银行目前用信工具收益影响

5、了解同业

银行所在地区同业分布情况

同业优势分析

同业差异化营销策略

6、能针对不同客户设计个性化方案

案例展示

三、针对不同类型客户进行综合化金融服务方案--专业能力提升

1、贸易流通型客户---表外业务吸收客户结算存款

案例分析

2、生产制造型企业--实现全产业链开发

案例分析

3、无贷户---全方位金融服务满足客户多层次需求

4、中小微--借助渠道、产品、核心企业、组织形式、个性化产品设计等批

量开发策略

5、方案设计技巧

- (1) 巧妙使用表内+表外组合实现存款、利润合理分配收益
- (2) 尽量成本消耗最低，综合收益最高
- (3) 点式营销向链式营销发展
- (4) 公私联动

四、客户关系维护与深度开发策略

(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
- (3) 综合化金融服务方案——做企业的财务顾问

(二)、客户关系维护的主要方法与途径

1、分层维护

2、财务顾问

3、生态圈构建

4、优质非银服务

5、专业精细化服务

其他