

## 公私联动机会发掘与交叉营销

### 课程大纲

#### 第一部分：公私联动

##### 一、公私联动的重要性及意义

- 1、向客户提供综合性金融服务
- 2、增加客户业务关联度，降低交易成本，提高客户贡献度，增加银行收益
- 3、提升全行整体服务品牌，增加知名度，提升社会公共形象
- 4、公私联动是目前银行竞争的重要手段

##### 二、实施公私联动需要解决的问题和关键点

- 1、认识问题
- 2、考核问题
- 3、利益分配
- 4、流程问题
- 5、培训问题
- 6、传导问题

##### 三、如何通过公私联动支持个金业务的发展

- 1、为什么我们这么累，存款还是上得慢？
- 2、在存款上我们已作过大量努力
- 3、挖掘对公业务中个金客户资源潜力
- 4、代收代付是公私联动的重要手段（关注）
- 5、在对公业务中扩大发卡量和用卡机会
- 6、通过投资理财和保险/基金/证券代理，扩大中高端客户比重
- 7、拓展企业高管及亲属为个人理财客户
- 8、为微小企业老板提供创业贷款
- 9、通过公司融资项目，信贷资产转让发行理财产品

##### 四、个金业务对公司业务的促进

- 1、向企事业高管人员介绍个金服务
- 2、以个金产品服务于企事业单位的客户
- 3、通过代收代付增加企业资金沉淀，减少存款流失，并形成存款体内循环
- 4、为企事业单位客户提供个金服务，以专业赢得客户认同和信赖
- 5、向企业推介理财产品，协助企事业开展现金管理和企业理财
- 6、通过个金服务的品牌建立和宣传，提升全行知名度
- 7、案例

##### 五、国内同业成功经验分享

- 1、招商银行的经验
- 2、光大银行经验
- 3、民生银行经验
- 4、深圳发展经验

#### 第二部分：商业银行的交叉销售

##### 一、商业银行交叉销售基本概述

- 1、交叉销售的基本理念
- 2、实现交叉销售所形成的效果

- 3、实现交叉销售所需要的条件
- 4、交叉销售与关系营销、顾客赢利性以及信息技术的关系

## 二、金融业实施交叉销售的意义和优势

- 1、金融业实施交叉销售的意义
  - ∅ 金融业实施交叉销售的必要性
  - ∅ 交叉销售提供给金融机构的利益
- 2、金融业实施交叉销售的优势
- 3、交叉销售在我国金融业的应用现状

## 三、国内外银行交叉销售案例分析

- 1、美国商业银行交叉销售整体情况
  - ∅ 美国交叉销售典型银行案例——富国银行
  - ∅ 美国某银行交叉销售具体案例

## 四、我国商业银行交叉销售操作实务

- 1、交叉销售的目标路径和实施步骤
- 2、交叉销售的突破口——投行业务和信贷业务的交叉销售

### 《公私联动机会发掘与交叉营销》课程背景

对于如今的商业银行，已经不能简单地区分对私和对公客户，办理个人业务客户往往也是潜在的对公客户，反之亦然。因此为了更好地利用现有资源，开发和销售产品，公私联动的模式已经成为我们做好营销，展现竞争力的重要策略。

### 《公私联动机会发掘与交叉营销》培训目标

- 1、转化理念
- 2、营销技能提升
- 3、建立协作流程