

银行对公客户需求分析与挖掘 (2天)

第一部分 对公客户需求概述

一、需要 VS 需求：智能手机时代的需求层次理论

二、对公客户金融需求剖析--客户视角

- 1、显性需求与隐性需求
- 2、融资需求与非融资需求
- 3、财务需求与非财务需求
- 4、本体需求与产业链需求
- 5、公司需求与个人需求
- 6、利益需求与情感需求

案例分析：别把村长不当干部。华东第一村需求剖析

三、对公客户金融需求剖析--银行视角

- 1、融资需求
- 2、结算需求
- 3、理财需求
- 4、管理需求
- 5、产业链金融需求
- 6、成本控制需求
- 7、效益提升需求

8、品牌塑造需求

案例分析：

- 农行评级公司的生存之道
- 沃尔沃挖掘机：我们只与有实力的客户打交道
- 花旗银行：高收费=高端客户？

第二部分 对公客户需求挖掘

一、客户需求挖掘四项新思维

1、多赢思维：找到代入感，平衡五大利益。

- ① 客户利益：也并非铁板一块！
- ② 银行利益：盈利，业务，风险，声誉
- ③ 个人利益：业绩考核，绩效兑现，领导赏识
- ④ 利益相关者利益：直接和潜在利益相关者。行业、商业伙伴、客户的客户、社区、政府、环保主义者、女权主义者.....
- ⑤ 社会利益：四海一家，寰宇共炎凉

2、创新思维：唯一不变的是变！客户未必就对！

3、开放思维：勇于突破既有认知范围

4、系统思维：整体把握，系统思考。产业链剖析。

二、客户需求挖掘六大方法

1、报表透视法

如何从货币资金发现营销信息

如何从应收票据发现营销机会

如何从应收账款发现营销机会
如何发现其他应收款和其他交易性金融资产的营销机会
如何从存货发现营销机会
如何从长期投资中发现营销机会
如何从固定资产中发现营销机会
如何从短期借款中找到营销机会
如何从长期借款中找到营销机会
如何从应付票据发现营销机会
如何从应付账款中发现营销机会
如何从预收账款发现营销机会
如何从表外负债发现营销机会

新五样与老三篇

案例分析

2、产品组合法

- ① 表内外产品组合
- ② 本外币产品组合
- ③ 公私产品组合
- ④ 授信非授信产品组合
- ⑤ 直接间接融资产品组合
- ⑥ 项目融资产品组合

案例分析

3、客户组合法

- ① 集团关联客户需求整合
- ② 产业链客户需求整合
- ③ 同质客户需求整合
- ④ 对公与对私客户需求整合

案例分析

4、资源整合法

- ① 行内资源整合
- ② 同业资源整合
- ③ 社会资源整合

案例分析

5、模式改造法

- ① 资金管理模式改造
- ② 财务管理模式改造
- ③ 采购商业模式改造
- ④ 销售商业模式改造

案例分析

6、科技创新法

通过科技创新优化流程，提高效率，降低成本，诱导和挖掘潜在需求，开辟市场营销蓝海领域。构建技术壁垒，打造“护城河”。

7、结算营销法

- ① 全球现金池管理
- ② 票据融资业务管理
- ③ 工商验资产品营销
- ④ 电子回单箱产品营销

⑤ 行业服务产品营销

第三部分 谈判能力提升

一、解读谈判

谈判 VS 辩论

二、谈判的基本流程策略

1、目标

2、依据

3、应变

4、妥协

5、拙劣谈判的特点

6、谈判中冲突表现

7、谈判中的授权

8、谈判中的让步法则

9、谈判中的语义效应

第四部分 实战演练