

公私联动与客户精准营销

深挖需求 合作共赢

公私联动 精准营销

课程背景：

随着中国银行业国际化和市场化程度的不断提高，国内银行经营所面临的市场环境，包括利率市场化、互联网金融、民营银行等都使得银行业竞争愈发激烈。

公私联动营销的背景：

- 1、竞争加剧：银行业同质化竞争等。
- 2、多头营销、重复营销，造成营销资源浪费。
- 3、客户多样化金融需求：一站式金融服务。

客户经理作为网点一线的营销人员，肩负着拓展客户、增加业绩的使命，如何让客户经理摆正心态，思维转换，提升全员营销的思维方式，提升存量客户与增量客户全方位营销思想、提升营销能力、提升驾驭客户能力，进而提升网点整体营销业绩，增加网点利润。

课程收益：

- 1、充分了解银行公私联动业务营销的重要性，把握对公对私客户需求概况；
- 2、掌握不同产品对客户交叉营销关键点；
- 3、提升存量客户与增量客户全方位营销思想、提升营销能力、提升驾驭客户能力，进而提升网点整体营销业绩，增加网点利润。

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：银行客户经理对公对私

课程大纲

第一讲：中国银行业经营模式的改变

1、由单一营销向交叉营销做转型

案例：中行的留学一站式服务营销

2、由利差为主向中间业务做转型

案例：余额宝探秘

3、由交易型向服务营销型做转型

案例：建设银行网点转型

4、由个体营销向联动营销做转型

案例：校园现金管理平台含一卡通营销方案)

第二讲：公私联动四字诀——群链面包

一、客户群的概念

1、公司类客户个金的需求

- 1) 集团类的客户——现金管理系统下的
- 2) 政府机构类客户的需求特点——销售及理财
- 3) 事业法人客户的需求特点
- 4)) 小企业主类客户的需求特点

二、行业链的概念

- 1) 上游企业——供应链
- 2) 核心企业——1+N 模式
- 3) 下游企业——销售链
- 4) 终端客户——分期业务

三、需求面的概念

1、公司客户的五大类需求

- 1) 融资的需求
- 2) 理财的需求——结构化公司理财
- 3) 采购降低成本的需求
- 4) 扩大销售的需求——广发银行尼奥普兰的成功营销
- 5) 管理的需求——现金管理

2、单个客户的三类需求

- 1) 个人的需求
- 2) 家庭的需求
- 3) 所在企业的需求

四、产品包的概念

- 1) 核心产品+附属产品
- 2) 切入产品+后续产品
- 3) 互补产品与替代产品
- 4) 1+1>2 的综合金融服务

第三讲：客户市场细分和定位

一、共同的客户

- 1、银行客户按行业划分分析
 - 2、银行客户按规模划分分析
- 1) 小型企业
 - 2) 中型企业
 - 3) 大型企业

4) 外资企业

3、小额无贷户营销服务策略

二、明确目标客户

1、确定目标客户——产品联动共赢三：客户需求分析

2、目标客户交叉销售需求分析

3、**翻转课堂：**

1) 采购类客户需求分析

2) 销售类客户需求分析

3) 理财类客户需求分析

4) 融资类客户需求分析

5) 资金管理类客户需求分析

案例分析：某医院综合服务方案分析

案例分析：某公司现金管理平台业务

案例分析：电子银行业务联动公私客户

三、如何通过联动营销支持业务的发展(头脑风暴)

1、为什么我们这么累，存款还是上得慢？

2、挖掘对公业务中个金客户资源潜力

3、在对公业务中扩大发卡量和用卡机会

4、通过投资理财和保险/基金/证券代理，扩大中高端客户比重

5、拓展企业高管及亲属为个人理财客户

6、为微小企业老板提供创业贷款

7、通过公司融资项目，信贷资产转让发行理财产品

8、向企事业高管人员介绍个金服务

- 9、以个金产品服务于企事业单位的客户
- 10、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
- 11、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
- 12、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
- 13、通过个金服务的品牌建立和宣传，提升全行知名度

四、转介绍话术模拟演练、点评

五、联动营销管理

- 1、团队协作，联动营销
 - 1) 网点岗位构成及明确岗位职责
 - 2) 联动滞后的网点会遇到的问题
 - 3) 技巧运用，提升效能

成功案例借鉴：某银行联动营销视频

成功案例借鉴：某银行的联动考核机制

第四讲：综合交叉销售锁定客户

一、企业客户的综合金融服务方案

- 1、大企业客户的企业需求
- 2、批量开发中高层个人客户

二、私人银行小企业主的综合金融服务方案

- 1、企业主的公司融资需求
- 2、个人的理财需求

第五讲：公私联动案例分享

- 1、个贷营销能力提升公私联动效果

- 1) 个贷业务营销要点
- 2) 开展个贷业务营销要遵循的原则
- 3) 明确市场细分，选准目标客户群
- 4) 大力发展重点个贷产品
- 5) 开展交叉销售，凸显综合效益

成功案例：企业年金的模式，实现了公私业务“双丰收”。

2、服务三农产生业务机会

案例：银政企交叉营销方案

3、新产品金融 IC 卡产生业务联动机会

案例：银医卡

案例：物业卡

4、利用产业链金融进行综合营销

案例：连锁超市供应商案例带动交叉销售

5、商户批量营销产生的机会

案例：4s 店综合服务方案

6、事业法人客户综合需求引发销售机会

案例：银校通的交叉销售机会

7、投行产品带动公私联动

案例：资产管理计划产生业务机会