

《“全量拓展”--线上对公场景化营销技巧》

——讲师：陈方晖

课程背景：

日趋激烈的金融竞争中，客户已然成为银行同业间最关键的竞争焦点之一，同业间的竞争已经从产品、服务的竞争逐步向客户的竞争转移，谁拥有客户尤其是高端优质客户谁便能扩大市场份额，进而能够占领竞争的至高点并在激烈的市场竞争中夺得胜利旗帜。对公客户经理在这场市场竞争中扮演着极其重要角色。

《“全量拓展”--线上对公场景化营销技巧》课程，陈方晖老师将彻底打破前期思考方式的刻板化，以切实提升银行客户经理的营销实战水平与技能为出发点，为国内银行客户经理拓展业务，自强发展，提供全面务实的指导。

课程收益：

- 1、掌握为对公客户设计并向客户展示金融服务方案的技巧
- 2、理解并掌握商务谈判的策略、原则和技巧，促进营销进程的发展
- 3、了解对公业务客户采购特点与采购流程，经理系统的把握对公业务营销流程
- 4、帮助银行对公客户经理理解和掌握接触对公客户关键并引发兴趣的关键技巧
- 5、银行对公客户经理掌握对公客户需求深度挖掘的关键技巧
- 6、掌握为对公客户设计并向客户陈述一揽子金融服务方案的技巧
- 7、运用大客户销售中的关键人策略与沟通技巧，提升赢率；

课程时间： 1天 线上大课

授课方式：以课堂讲解、小组研讨、案例分析、情景训练为主，情景演练

授课对象：银行对公客户经理、银行业务部、银行大客户业务部、

第一讲：基于银行对公业务管理者的对公营销思维与宏观分析

一、对公管理者的新视角——从换个场景读宏观与行业说

1、特定的交易必须建立特定的场景

2、宏观、行业、管理、营销四位一体的视角

3、监管、行业、流量、竞争四位一体的视角

二、宏观政策分析——从国策到地方政策看银行对公业务

1. 从 2020 年 1.5 万亿的让利看银行信贷业务发展

2. 中小银行对公业务政策研究

3. 后疫情时代的对公业务新契机

三、银行对公热点产品；

1、国内采购产品：

拓展采购渠道：银行承兑汇票、网上票据、代理贴现、信用证开证

支付结算：网上支付、网上企业银行、记账宝、 联动支付

2、国内销售产品：

回款结算：小企业收款通、交易识别、记账宝、

扩大销售市场：国内卖方信贷、保兑仓融资、经销商融资、

加快资金回笼：国内保理、商业承兑汇票贴现、代理贴现、

其他卖方贸易融资：国内信保融资 境内履约类保函

第二讲：电话营销基本功

一、如何克服恐惧心理

二、如何自我激励

三、如何通过电话向客户传递信任感、专业度

第三讲：电话营销流程管理

一、准备工作

二、客户语言接触过程

1、八大破冰点

2、营销工具包

3、客户信息采集要点

4、提高客户沟通质量要点

5、如何处理“敷衍”类、“野蛮”类等客户

三、产品推荐

1、FABE 原则

2、三大推荐方式

3、产品推荐话术展示和演练

第四讲：线上获客营销

1.微信门面装修与微信群的扩群策略

1) 论点：界面三要素-照片，名字，签名

2) 论点：发帖三大关键

3) 论点：客情维护五技巧

4) 案例：大客户的微信问候为何被批

2、易启秀与互动吧制作编制

3、线上视频、音频分享会（小额通）

第五讲：对公全景实战营销理论基石与节点剖析

一、转化商机——四种转化方式

1. 渠道：政绩项目，财务公司等 2. 业务：从单品到套餐到供应链

3. 客户：单位，平台，组织合作 4. 活动：高端参展，企业慈善等

二、渗透关系——四种关系建设策略

1. 培养企业内部的支持者 2. 争取企业内部的中立者

3. 坦然面对企业内反对者 4. 输出价值给企业大 bos

三、差异方案——四种差异方式

1. 方案总体价格优势 2. 非金融重要扶持等

3. 通过供应商建合作
4. 与第三者互补方案

四、狼性跟踪——四种跟进节奏

1. 帮高层调查内部需求
2. 帮企业做资金预算等
3. 银行内部资源公关
4. 找企业大 boss 报进度

第六讲：分行业、分客群扩户与提质实战与案例解析

一、基础：客户信息获取的关键要点与梳理

- 1、（知彼篇）客户信息获取
- 2、（知己篇）从最熟悉的场景来寻找价值链接点
- 3、商机的分类、确立与抓取

二、支行网点拓新提质“四锁营销”

1. 银行扩户现状分析（优势与短板）
2. 银行扩户五种渠道搭建思路及策略

存量客户转介、代理记账公司、商会/协会、金融科技公司等

三、对公客户提质实施模型与营销技巧

1. 银行对公存量客户提质模型解析
2. 银行对公产品组合及营销话术

对公存款、对公理财、代发薪、贷款、商票、银票、信用证等

3. 银行如何为企业提供附加价值服务——项目设计与演练
4. 拜访前准备——拜访实施——拜访实施后

第七讲：企业金融服务方案设计与呈现

1. 横向从产业链的头吃到尾

案例：某医药行业整体产业链金融服务

2. 纵向展开客户的深度开发

案例：某国企子公司某化工多产品组合

3. 多产品组合融资—金融服务方案增强客户粘合度

案例：某物业公司综合金融服务方案展示

第八讲：对公客群营销开发策略

一、技能提升——产品筛选与培训机制建立

1 产品筛选

2 建立产品培训制度

3 强化专业技能，提高客户体验度

4 梳理公司金融服务说明

二、岗责清分——岗责优化与履职能力提升

1 网点负责人

2 对公客户经理

三、氛围打造与对公客户外拓准备——增强对公营销元素

1、设计对公产品折页

2、按照对公客户动线营销

3、到访客户及时挖掘对公需求。

4、十大切入点、岗位联动

四、存量提质——存量客户维护能力提升

1、建立存量对公客户维护体系

2、提升存量对公客户维护技能

3、多样化客户维护方式

4、搭建存量对公分层管理

