

机构客户营销技巧与业务能力提升

课程背景：

很多银行存在以下问题：

- 不知道对公客户分类及相关金融需求？
- 不清楚如何提升机构客户营销技巧？
- 不知道如何提升对公数字化营销能力？

课程特色：

- 焕发精神、启发思考、激发行动

学员收获：

- 系统学习企业客户分类及相关金融需求。
- 帮助学员快速提升对公数字化营销能力。
- 帮助学员掌握机构客户营销技巧及案例。

授课老师： 坚鹏老师 中国银行业协会特聘讲师

授课风格：

- 以案例的方式解读原创方法论
- 以互动的方式增强学员获得感
- 以咨询的方式提高培训实效性

培训对象：

银行业公司业务相关从业人员。

课程设置时间：2天

课程大纲：

一、对公客户分析

1. 政府客户分析
2. 事业单位客户分析（包括学校、医院、科研院所等）
3. 企业客户分析
 - (1) 企业客户分类：根据是否跨行业划分
 - (2) 企业客户分类：根据企业性质划分
 - (3) 企业客户分类：根据是否上市划分

- (4) 企业客户分类：根据是否金融控股划分
- (5) 企业客户分类：根据是否跨区域划分
- (6) 企业客户分类：根据发展阶段划分
- (7) 企业客户分类：根据发展规模划分
- (8) 企业客户主要优势
- (9) 企业客户主要特点
- (10) 企业客户发展趋势

研讨：重点服务的企业客户有哪些类别？我们未来重点开展哪类企业客户业务？

二、企业客户融资需求分析及对策

- 1. 五类企业客户分析：“新海”- 初创期、“蓝海”- 成长期、“黄海”- 扩张期、“红海”- 稳定期、“黑海”- 成熟期
- 2. 不同发展阶段企业客户的服务策略
- 3. 初创阶段的企业客户本部及子公司融资需求分析及对策
- 4. 成长阶段的企业客户本部及子公司融资需求分析及对策
- 5. 扩张阶段的企业客户本部及子公司融资需求分析及对策
- 6. 稳定阶段的企业客户本部及子公司融资需求分析及对策
- 7. 成熟阶段的企业客户本部及子公司融资需求分析及对策
- 8. 案例分析：中国建设银行综合金融服务分析（打造“一点接入、联动服务、综合解决”的工作模式）
- 9. 业务之外的思考：功夫在诗外、定位关键人物、帮助客户解决问题

研讨：重点服务的企业客户主要有哪些融资需求？我们能否满足？我们提供过哪些企业客户的综合金融服务？

三、中国工商银行成功营销广东省人社厅案例分析（社保卡一卡通落地项目）

- 1. 获得需求
- 2. 制定方案
- 3. 寻找资源
- 4. 交易促成
- 5. 交叉营销

四、对公客户营销六步法

1. 第一步：建立信任
2. 第二步：需求挖掘
3. 第三步：产品介绍
4. 第四部：异议处理
5. 第五步：交易促成
6. 第六步：客户维护

研讨：目前我行在对公客户营销方面应该重点采取哪些改进行动？

五、如何拓展增量客户

1. 拓展对公存款客户的主要策略
2. 拓展对公客户中间业务的主要策略
3. 拓展对公客户信贷业务的主要策略
4. 拓展对公客户综合金融业务的主要策略

研讨：结合银行的具体要求，我们未来应该哪些行动？

六、如何挖潜和维护存量客户

1. 分析存量客户主要特点
2. 分析存量客户主要需求
3. 建立多层次的客户关系
4. 建立多级联动的营销机制
5. 提升对公业务的专业形象
6. 提供综合金融的解决方案
7. 提供有吸引力的增值服务

研讨：结合银行的具体要求，目前我行在存量客户挖潜方面应该哪些行动？

七、公私联动交叉营销技巧

1. 公私联动交叉营销面临的挑战
2. 公司联动交叉营销四大工作内容
 - (1) 建立联动营销意识
 - (2) 熟悉对公对私产品
 - (3) 明确交叉营销各岗位职责
 - (4) 建立交叉营销管理机制

3. 公私联动交叉营销的步骤
4. 公司联动营销中的客户关系管理问题
5. 挖掘公私联动交叉营销机会

八、银行数字化营销与数字化营销能力提升

1. 什么是数字化营销？
2. 数字化营销的十二种分类
3. 数字化营销与传统营销的相同点与不同点
4. 对公客户经理数字化营销能力分析
 - (1) 数字化认知能力
 - (2) 数字化推广能力
 - (3) 数字化销售能力
 - (4) 数字化运营能力
 - (5) 数字化服务能力

九、金融场景搭建与获客

1. 什么是场景
2. 场景分类及痛点
3. 场景建设成为金融机构的必然选择
4. 瞄准重点场景（包括政务平台、产业园区、专业市场、链式获客、行业协会）
5. 资金方和场景方三大业务痛点
6. 场景化获客四大策略
7. 大中型银行场景方获客案例
8. 场景化获客四大关键要素

研讨：目前我行在金融场景搭建与获客方面应该哪些行动？

十、场景营销活动策划与银行数字化营销能力提升行动

1. 银行数字化营销案例（用3个案例说明如何利用数据挖掘探寻客户需求并解决相关问题）
2. 场景营销活动案例（包括权益裂变类、习惯养成类、事件营销类、公益活动类等）

3. 数字化营销整体方案设计（包括数据整合、客户洞察、全生命周期营销等）
4. 强化数据治理——数字化营销的基础
5. 客户价值挖掘与价值评估（包括客户画像分析示例，建立以客户为中心的服务场景等）
6. 制订“千人千面”的营销推送策略（场景驱动、人机结合、精准推送）
7. 制订客户全生命周期营销策略（包括引入期、成长期、成熟期、休眠期等）
8. 沉睡客户激活策略
9. 潜在流失客户召回
10. 中国农业银行场景营销活动策划方案案例

十一、内容总结与行动计划

- 1. 内容总结**
- 2. 心得分享**
- 3. 问答与交流**
- 4. 行动计划**

练习：根据工作中存在的问题和实际情况制定行动计划