
《对公客户分层维护与营销技巧》

主讲：谢广超

一、对公业务发展与创新

1、政策要求下的信贷转变——城投平台与房地产公司

2、对不同层级客户的营销方向：

大型、中型、小微

3、从平安银行看对公发展的新方向

二、大客户金融服务方案营销

(一) 大客户营销的关键要素

第一步：如何了解客户的决策程序

客户接触点关系维护示意图

第二步：决策程序中参与人、拍板人

案例：医院客户的五维要素模型制作步骤

讨论：看看客户下列信息，哪条最重要？

案例：中山大学需求分析

第三步：帮助客户细化需求标准

举例：财政部门 and 预算单位资金财政招投标

第四步：为关键需求设计产品组合

(1) 融资需求

融资方式与金融产品

(2) 资金管理需求

四步骤资金管理产品

(3) 结算需求

从采购和销售看企业需求与银行产品

(4) 供应链需求

按生产经营环节划分银行产品

第五步：制作金融服务方案

金融服务方案模板（民营客户版）：三三制

案例：如家酒店服务方案

金融服务方案模板（国企客户版）：八大模块

案例：浙江烟草集团公司全面金融服务方案

6、方案宣讲

方案自检

方案的宣讲

7、开发新需求、扩大业务占比

事：关注行业趋势、树标杆，如医院等级、做规划，如规划后续目标

人：安抚之前的非支持者、扩大在客户中的人脉、关注客户的人事变化

三、中型客户供应链营销

1、供应链金融的价值

- 供应链金融助力企业供应链管理
- 供应链金融对银行的意义
- 银行主导供应链模式

2、供应链金融常见产品

- 传统供应链金融产品体系
- 供应链创新产品（举例交通银行）

3、上游供应商营销技巧与案例

买方核心企业参与的突破口

- (1) 买方案例、苏州银行重机行业供应商应收账款快捷变现
- (2) 买方案例、渤海银行华润万家供应商融资方案
- (3) 买方案例、武汉交行医药行业商票快贴

4、下游经销商营销技巧与案例

卖方核心企业参与的突破口

以卖方为核心的“1+N”供应链的四种模式

- (1) 卖方案例、上海浦发汽车生产商商业调剂销售开具银承
- (2) 卖方案例、上海中行跨国公司商业汇票无追索贴现
- (3) 卖方案例、南京交行建筑行业Z公司快捷保理在线融资场景营销

子公司案例：四川兴业军工行业财务公司银团保理

多买方多卖方案例、广东交行XX电控设备企业集团快捷保理

供应链合作模式的经验

供应链营销操作步骤

实现结算和现金流的控制

案例讨论：重庆新世纪百货供应链融资项目

案例讨论：某大桥项目下游建筑类企业项目供应链

汽车供应链风险案例 1 分析：瞒天过海，暗度陈仓

汽车供应链风险案例 2 分析：洞若观火，雷霆出击

供应链金融的业务走向：三个演变方向

四、小微客户信贷营销

1、小微客户营销的困境

2、小微客户维护制度——降低流失率

3、小微拓客方式

(1) 从存量企业（缴税、代发、结算较多、日均存款）拜访开始，先调查客户行业、流水信息找到资金用途需求，电话预约后拜访营销

(2) 转介绍拓客，从有贷户的股东、产品上下游、流水清单着手搜寻对贷款有需求的客户

(3) 房贷、流失个贷、大型公司的上下游、中高端零售客户、厅堂办业务等

(4) 税务、招商、政采、项目等政府提供清单、行内白名单清单

(5) 代账、物流、仓储、外贸、商会等为其他企业做各种服务的第三方公司，介绍客户给银行

(6) 针对专业市场、商业街、园区等开展调查后的针对性营销

4、他行拓客优秀案例

(1) 招行南京分行政府采购供应商融资案例

(2) 交行江西分行朝阳产业园区案例

(3) 兴业温州市机动车交易市场项目

(4) 福建泉州银行商会批量拓客

(5) 东莞招行通过客户熟人圈“生意会”

(6) 上海银行节能行业创新产品批量拓客

5、客户拜访与信贷营销

(1) 拜访前：

收集可能有需求的客户

电话约见客户

(2) 拜访一：从兴趣、行业入手引发客户关注

(3) 拜访二：从两端引导信贷需求

-
- (4) 拜访二：经营情况——遇到问题——短期、长期影响——解决方法：贷款用途
 - (5) 拜访三：强调利益重合点介绍产品
 - (6) 常见异议化解技巧及话术
 - (7) 促成签约