
《对公存款营销策略——增存策略》

主讲：谢广超老师 约 6 小时

课程背景：

存款业务是银行最重要的业务之一，也是最头疼的难题。为了存款增长，动用各种关系，千方百计，起早贪黑，但每个人的关系是有限的，仅仅靠关系营销很难保证存款持续增长。实际上公司存款不是工地上的“砖头”，被各家银行搬来搬去。存款更象流动中的水，不停地在运动过程中，不停地在变换“形状”与“容器”。商业银行对公客户经理一定要研究公司存款的产生、运动、变化、静止、创造的规律，利用产品组合来揽存、留存甚至创造存款。

授课方式：讲授、分组讨论、案例演练、视频播放

课程对象：对公客户经理、对公团队主管、网点负责人、公司业务部部门人员

一．存款业务的重要性和面临形势

1. 对公存款的地位与以往常见策略
2. 对公存款营销面临形势

二．定位客户

1 客户（基础）：

对公总户数最多银行是哪家？

讨论：如果选择一家企业提供短期授信 1000 万元，从增加存款的角度，你会选择什么样的企业？

2 授信（王牌）：

讨论：为什么银承+贴现近年来引起监管高度重视

3 结算（渠道）：

都说金融民工在搬砖，存款是水还是砖：存款是水，结算是渠

4 需求（支持企业发展）

支持企业发展是最好的揽存

三．对公存款营销策略

1. 树上开花——授信介入，用好用活
 - 房产开发与销售全链条的存款营销关键节点
 - 如何平衡信贷风险与存款收入
 - 如何从他行手中夺取保证金存款
 - 如何帮助客户获取更多利润、节省资金

2. 擒贼擒王——围绕政府找项目

3. 去留无意——截留存量流失

4. 无中生有——产品创新

5. 顺藤摸瓜——供应链金融业务

- 供应链金融产品
- 传统供应链金融产品体系
- 供应链创新产品（举例交通银行）

6. 以逸待劳——交易银行

讨论：公司客户的资金来源有哪些？相应的资金入口是什么？

讨论：公司降低采购成本，银行都可以帮助什么

公司扩大销售银行都可以做什么？

演练：如何营销 5 中类型客户

案例分析

7. 暗度陈仓——跨界整合

认识法院机构，法院主要资金构成

法院营销策略

一案一账户体系的建立快速获客

8. 连环计——现金管理

- 零余额账户管理
- “收支两条线”
- 集团委托贷款
- 集团统一授信

9. 反客为主——依托产品帮助企业进行财务调整

案例：某上市企业财务报表调整案例