
《对公业务扩户提质及无贷户存款营销》

主讲：谢广超 约 6~12 小时

第一讲：数字化时代的网点对公无贷户营销

各行的无贷户客群营销思路与路径

1. 建行、中行的“账户经理”团队组建
2. 工行一级支行的结算产品经理团队营销
3. 招行、中信的无授信客户经理与信贷经理的协作
4. 宁波银行、顺德农商银行的无贷户客户经理的营销技巧

第二讲、拓展新增有效账户技巧

- 1、讨论：不同途径的获客数量和质量对比
- 2、数量优先的场景拓客技巧
 - (1) 场景拓客案例：江苏中行审批大厅驻点
 - (2) 场景拓客案例：记账软件（金蝶用友）与代账公司

代账公司三大痛点：

开户前、开户时、开户后及应对技巧

代账公司营销与维护的三大步骤

- (3) 场景拓客案例：第三方服务公司如外贸公司

抓取业务关键负责人

维护好合作关系

优化合作流程与效率

- (4) 渠道拓客案例.写字楼物业

- 3、数量优先型渠道与客户的主要关注点

银行开户费用对比：从中找到我行优势

- 4、质量优先的场景拓客技巧

- (1) 甄选优质客户方向

五大结算优质客户来源

- (2) 连锁拓客

连锁拓客案例.广州光大营销 XX 美容机构

连锁拓客案例.南通 XX 大药房连锁公司结算账户

连锁机构举例与营销技巧

(3) 新开户拓客

新开户案例.营销残疾人之家专户

新开户案例.营销乡镇卫生企业

转介绍拓客：普通客户上下游

(4) 联动拓客

理财客户经理推荐来源

个贷客户经理推荐来源

大堂经理及柜台推荐来源

(5) 转介绍拓客

授信客户大额交易对手

通过现有产品和交易信息转介绍

通过存量账户流水信息转介绍

5、营销客户开户的常见问题及解决话术

话术举例：客户询问“你们行有什么优势？”

话术举例：客户询问“对公账户费用怎么收？”

话术举例：客户询问“我在其他银行已经有账户了，再开账户有什么用？”

6、开户过程中基础产品配置

6类产品配置顺序

7、开户完成时存款产品配置

8、开户后场景线索触发营销点及营销话术举例

第三讲：厅堂办理业务场景营销

1、网点对公硬件氛围打造

湖北农行网点硬件氛围的建设

广东交行网点硬件氛围的建设

上海浦发网点设计对公荧光板

2、场景一：开户（营销产品及产品话术）

3、场景二：销户（客户挽留及产品销售）

4、场景三：大额取现（资金行内转化及产品销售）

5、场景四：大额转账（资金挽留及资金回流跟进）

6、场景五：打印流水（需求挖掘及复杂产品销售）

第四讲：线上营销技巧

1. 电话营销技巧

1) 电话营销内功

- a 忘掉营销目的
- b 查看客户信息找到客户目前问题
- c 帮助客户解决问题
- d 业绩的来源不在于爆发力在于持续

2) 电话营销外功

- a 一见如故：开场建立亲和力与信赖感
- b 一针见血：激发客户对服务的需求
- c 一步到位：有效介绍产品和服务

视频讨论：上海某国有行客户经理电话营销对公产品

2. 电话营销演练

- 场景一：存款流失客户电话营销
- 场景二：不动户电话营销
- 场景三：结算较少客户电话营销
- 场景四：留存较少客户电话营销
- 场景五：潜力客户电话营销

3. 微信营销

1) 有效分类客户帮助管理客户

- a 客户重要程度
- b 客户关系程度
- c 主要营销产品

2) 微信群的维护和运营

- a 创建学习型的微信群
- b 线上沙龙的组织

前期准备：“明客群、定目标、选主题、造势和邀约”

中期执行：时间选择、环节设计、主题内容、群内互动

后期跟进：客户的口碑是最好的宣传

第五讲：网点长尾客群结算产品提升技巧

1、存量客户分层与营销思路

存量不动户、

无结算产品客户、
无代发工资客户、
代扣税费与结算分离客户、
被他行锁定存款客户、
结算频繁但无沉淀的客户

2、客户选择账户所在银行的维度

距离维度、人脉维度、贷款维度、上下游客户交易维度、避税维度等

3、营销客户结算业务的话术

距离维度话术、

人脉维度话术、

贷款维度话术、

上下游客户交易维度话术、

避税维度话术

4、批量营销客户结算的技巧

人脉转介绍：民生银行广州分行“生意帮”案例

记账公司、商会协会等平台：通过记账公司批量获客案例

5、客户常见异议应对话术

演练：客户因为避税在当地农商行开立对公账户的应对话术

6、案例.某食品批发企业 100 万贷款

7、主要结算类产品

8、讨论：某行营销负债产品视频

9、小微客户熟客转介绍：东莞招行通过客户熟人圈“生意会”

第六讲：网点潜力客群存款营销

1 去留无意—截留结算流失

数据展示：招行、交行等通过对结算账户的维护实现存款持续上升

讨论：如何维护客户结算业务？

演练：有流水无留存客户如何营销

演练：一般户中的潜力客户如何营销

演练：如何营销客户代发工资实现存款上升

演练：客户流失如何挽留

案例——某天然气入户建设企业要求销户

案例——系统发现昨日资金流失客户

2 以逸待劳——结算产品吸存

1、票据类产品

承兑汇票

银票 E 贴

案例：武汉交通银行商票快贴产品营销

2. 信用证产品

案例：某贸易公司票据业务项目

如何帮助客户获取更多利润、节省资金

讨论：为什么人民币升值趋势下存款业务相对好做？

案例：汽车零部件公司“国内融信达”产品营销

案例：中信银行昆明分行“国内信用证+福费廷”贸易融资业务

信用证营销的目标群体

案例：某大型金属材料经营企业 A 公司

案例：某汽配制造公司方案

3、保函产品营销

非融资性保函与融资类保函

案例：某高速公路一体化整体营销项目

案例：Q 公司融资类保函营销

内保外贷

3 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

案例：交通银行案件管家系统营销

4 连环计——现金管理内部结算

零余额账户管理

“收支两条线”

集团委托贷款

集团统一授信

第七讲：公私联动与代发业务营销

一、公私联动的价值

1. 增强客户忠诚度，扩大基础客户群
2. 降低销售成本，提高利润率，提升综合贡献度

二、客户的全周期营销

1. 账户开立时营销重点
 - 1) 了解公司与老板
 - 2) 与财务老板建立良好关系
 - 3) 开立基础产品
2. 争取关系带动产品：涉税账户、代发薪、公积金等
3. 拓展网银、手机银行功能
4. 全量金融资产带动：结算资金沉淀、存款、理财等

三、五步骤之代发单位开发

1. 从四个维度梳理目标客户，先易后难排列
2. 五种渠道寻找内部人、关键人不同象限联系企业
3. 拜访关键人的流程
4. 结合企业进行产品搭配和服务演示
5. 执行代发和后续营销

第八讲：拜访营销与顾问式营销

一、拜访前的准备工作

1. 了解企业老板的性格、兴趣
2. 了解企业经营现状
3. 了解企业老板贷款偏好

二、约访电话

讨论：某行客户经理预约拜访电话

三、取得客户的信任

讨论：政采贷如何跨过前台和财务，与老板沟通？

1. 如何回答客户问我们今天上门的目的

视频：《青瓷》电视剧片段，看开门见山营销

2. 有技巧的赞美客户拉近和客户的距离

讨论：初次拜访获得客户信任视频

3. 从行业切入打开客户话匣子

案例：水果批发行业老板沟通

四、挖需求——按现状分析行业需求

从采购和销售情况引导结算需求

痛点：新订单采购

痒点：淡季备货

嗨点：上下游资金周期不匹配

五、巧展示——按类型介绍展示产品

六、促成交——按情况使用谈判技巧