
《对公客户数字化营销与经营能力提升》

主讲：谢老师

一、对公业务当前的市场环境同业对公数字化经营创新

1. “稳”货币政策对信贷投放的影响
2. 在商机获取与客户触达上传统方式与数字化方式成效对比
3. 在融资需求与营销沟通上传统方式与数字化方式成效对比
4. 在授信申请上传统方式与数字化方式成效对比
5. 在尽调与材料获取上传统方式与数字化方式成效对比
6. 在审批上传统方式与数字化方式成效对比
7. 同业 4 种对公数字化场景的搭建
 - 政务+金融的对公金融生态圈模式；比如：建行的模式
 - 行业+金融的对公金融生态圈模式；比如：工行的模式
 - 自建对公金融生态圈模式；比如：招行的模式
 - 开放银行的对公金融生态圈模式，比如：浦发银行的模式

二、数字化助力新客拓展

1. 园区数字化助力园区企业拓展案例：江苏银行园区数字化工具拓展

园区主管部门积累了大量的企业行为管理数据（南京经开区数据字段为例）

江苏银行“园融智慧”项目简介

“园融智慧”功能--园区服务

“园融智慧”功能--金融服务

“园融智慧”功能--综合服务

第一类园区：园区“有平台、有数据、有评价”的模式

以南京江北新区为例

第二类园区：园区“有平台、有数据、无评价”的模式

以南京经开区为例

企业数据管理：指标加工

第三类园区：园区“有意向、无平台、无数据”的模式

2. 数字化助力线上供应链企业拓展

买方核心企业参与的突破口

买方案例、苏州银行重机行业供应商应收账款快捷变现

买方案例、渤海银行华润万家供应商融资方案

买方案例、武汉交行医药行业商票快贴

买方案例、内蒙古圣牧高科牧业项目

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

卖方案例、上海浦发汽车生产商商业调剂销售开具银承

卖方案例、上海中行跨国公司商业汇票无追索贴现

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

互为上下游案例、山西邮储龙海实业庄则养殖场项目互为上下游

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

如何实现结算和现金流的控制

三、数字化助力维护提质

数据库筛选存量客户分类营销

- 1) 临界不动户的客户
- 2) 结算很少的客户
- 3) 代扣税费与结算分离客户
- 4) 结算频繁但无留存客户

客户选择结算主办银行的维度

四、数字化助力代发薪开发

案例 1、内蒙古某精神病专科医院

案例 2、南京交行建筑行业Z公司保理在线融资场景营销

案例 3、某制衣加工厂“数字工会”

案例 4、苏州一家从事纺织业务的外资企业“线上生日福利券”

五、数字化助力存款营销

存款营销的高频场景

收款业务适合场景

案例：盐城某行“案款管家”法院

案例：南京某行烟草“银烟通”主动支付体系

案例：南京某行营销南京某大学“智慧党建”
