
《政府机构类客户营销策略》

主讲:谢广超

一、机构客群经营环境与分类特征

1. 对公存款营销的环境：以贷引存的困境、中美贸易争端带来的机遇期消退
2. 国家整体经济结构解读
 - 1) 中央——“国家资本主义”
 - 2) 地方政府——“公司化”
 - 3) 民间——“私营公司主攻产业链配套和消费相关行业”
3. 机构业务的发展历史和演变
4. 机构业务的特征和属性
5. 机构客群的分类
 - 1) 财政社保客群：财政、公积金、社保、土储、房屋维修基金
 - 2) 烟草海关客群：烟草、海关
 - 3) 政府保险客群：行政事业、社会团体、保险公司
 - 4) 文体广电客群：文化传媒、宗教团体、体育、广播电视、新闻出版
 - 5) 教育医疗客群：学校、医疗机构
6. 机构业务重点行业及产品路线图（某银行为例）

二、财政机构与财政业务

1. 财政存款的特点
2. 财政存款诱惑很大

3. 财政资金营销的难点

问题一：财政国库管理体制持续深化推进

问题二：盘活存量财政资金及专户清理影响将进一步显现

问题三：市场环境和客户需求发生深刻变化

4. 财政资金管理体制前后对比：传统财政资金管理体制——财政资金管理体制

5. 财政负责部门：预算处、国库处、支付局、综合处、社保处、经建处、企业处、预外处、金融处、教科文处、商贸处、行政政法处

6. 财政账户与支出
7. 财政存款营销重点

三、关系营销

-
1. 建立内线——及时找到信息
 2. 找到关键人——谁是领导最亲近的人
 3. 说对话——如何拉近关系
 4. 小礼物——送什么礼物，如何送礼物

案例：某分行成功开立水库移民资金财政专户案例

四、招投标营销

1. 树立我行正面形象
- 2. 招投标评分细化指标：**存款报价是前提，对地方经济支持指标是关键
3. 搜集对手报价制定策略
4. 引导招投标评分方向利于我行
5. 预估我行排名
6. 财政专户和资金的四个象限

五、军队业务

两大序列：中国人民解放军、中国人民武装警察

1. 退役军人事务部业务需求
2. 带来的业务机遇及服务切入点
- 3. 退役军人事务部业务需求**
 - 1) 服务退役军人事务的金融产品及服务
 - 2) 营销重点

4. 主要产品及营销

- 1) 部队银行卡：军人保障卡、退役金专用卡、工资卡辅卡、部队单位公务卡
- 2) “军银互联”现金管理系统
- 3) 退役军人服务局的合作

案例：某分行营销省武警总队获取排他性合作

六、教育行业

教育业务分析：高校资金管理体制改革带来银行竞争格局重新洗牌，升级智慧校园建设持续进行中。

1. 学校上下游资金流转图分析
2. 主攻方向：幼儿园（新增多）、大学（规模大）
3. 客户需求：系统服务、账户管理服务、代收学费、融资服务、抓上下游、个人客户服务

七、卫生医疗行业

卫生医疗行业分析：抓住药品耗材集中采购、取消医用耗材加成等改革窗口期，介入公立医院运行机制和薪酬制度改革。

1. 医院重点资金分类、性质及来源分析
2. 营销策略：项目融资→智慧医院建设→上下游全面开发
3. 主要产品及营销：银医一卡通、智慧 APP

八、法院业务营销

法院行业分析：通过提供对执行款的分账管理、资金划拨、信息报告等服务，采用线上线下一体化的服务渠道，实现信息流与资金流的高度融合

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

九、住房建设单位

营销机遇分析

主攻的客户与账户

- 1、客户群体
- 2、账户种类

主要产品特征与渠道

- 1、土地招标阶段--投标保证金
- 2、房屋建设阶段
- 3、房屋预售/交易阶段---预售资金监管或房屋交易资金监管
- 4、物业管理--公共维修资金、物业资金代收及分账管理
- 5、房屋租赁阶段--租金代收及分账管理

案例：全链条做好存款的营销关键节点

十、客户开发案例解析

案例分享：客户开发（一）——S 省人民政府外事办公室澳门援建资金营销案例

案例解析：顺敏恒

案例分享：客户开发（二）——大连 C 岛土地储备交易中心存款营销案例

案例解析：快准灵
