

公私联动与产品交叉销售技巧 (1-2 天)

第一部分：公私联动

一、公私联动的重要性及意义

- 1、向客户提供综合性金融服务
- 2、增加客户业务关联度，降低交易成本，提高客户贡献度，增加银行收益
- 3、提升全行整体服务品牌，增加知名度，提升社会公共形象
- 4、公私联动是目前银行竞争的重要手段

二、实施公私联动需要解决的问题和关键点

- 1、认识问题
- 2、考核问题
- 3、利益分配
- 4、流程问题
- 5、培训问题
- 6、传导问题

三、如何通过公私联动支持个金业务的发展

- 1、为什么我们这么累，存款还是上得慢？
- 2、在存款上我们已作过大量努力
- 3、挖掘对公业务中个金客户资源潜力
- 4、代收代付是公私联动的重要手段（关注）
- 5、在对公业务中扩大发卡量和用卡机会
- 6、通过投资理财和保险/基金/证券代理，扩大中高端客户比重
- 7、拓展企业高管及亲属为个人理财客户
- 8、为微小企业老板提供创业贷款
- 9、通过公司融资项目，信贷资产转让发行理财产品

四、个金业务对公司业务的促进

- 1、向企事业高管人员介绍个金服务
- 2、以个金产品服务于企事业单位的客户
- 3、通过代收代付增加企业资金沉淀，减少存款流失，并形成存款体内循环
- 4、为企事业单位客户提供个金服务，以专业赢得客户认同和信赖
- 5、向企业推介理财产品，协助企事业开展现金管理和企业理财
- 6、通过个金服务的品牌建立和宣传，提升全行知名度
- 7、案例

五、国内同业成功经验分享

- 1、招商银行的经验
- 2、光大银行经验
- 3、民生银行经验
- 4、深圳发展经验

第二讲：银行产品交叉营销的基本方法以及策略

一、建立营销策略的五大理念

理念 1：营销是组织行为而非个人行为

理念 2：营销的核心是客户不是我们

理念 3：营销的组织结构必须井然有序

理念 4：营销是基于系统而建立的

理念 5：营销是培养和挖掘客户的过程

案例分析：银行年度营销策划图解析

二、互联网时代网点新型营销策略七巧板

1、路演营销

2、沙龙营销

3、事件营销

4、社群营销

5、节日营销

6、微信营销

7、跨界营销

小组研讨：结合目标客户营销策略，制定当月营销活动策划方案

三、客户价值深挖的组合营销技巧

1、存量客户的基本价值与未来价值

案例分析：某银行存量激活的流程以及技巧

2、理财类客户的交互营销

案例分析：某银行理财客户的持续经营，获得大额保单

3、对公客户的深度开拓与经营

案例分析：某银行代发工资客户开拓策略分析

四、客户价值深耕与产品组合营销

1、本行产品结构解析

2、商区客户的产品组合营销

3、农区客户的产品组合营销

4、社区客户的产品组合营销

5、园区客户的产品组合营销

小组研讨：结合本行产品特征，制作出不同区域客户的组合产品结构。

课程小结及问题解答