

用户需求书

“★、▲”号条款

《用户需求书》中标注有“★”号的条款必须实质性响应，负偏离（不满足要求）则应答无效。标注“▲”号的条款为重要指标，负偏离（不满足要求）将导致技术得分的损失。

一、项目名称

中国银行广东省分行 2023 年“星火计划”网点负责人轮训项目。

二、采购内容

2023 年我行网点负责人将开展全覆盖轮训，计划举办二十一期轮训班，每期人数约 50 人，其中管辖支行负责人三期，综合性支行负责人六期，经营性支行负责人十二期。需选定外部供应商为项目提供部分课程讲授及经营性支行负责人轮训班运营服务。

三、采购具体要求

（一）五门课程讲授

《宏观经济及市场形势分析》、《强化队伍协同和管理，实现高质量发展》、《团队拓展活动》、《加强公私联动，提升综合效能》和《聚焦精细化管理，深耕精准客群》等 5 门课程讲授拟选择一家供应商为项目合作方。每门课程推荐 2 名讲师，其中一名为首选讲师。

序号	课程	培训对象	课时(天)	期数	最高限价(税后)	师资背景要求	备注
1	宏观经济及市场形势分析	管辖性支行负责人	0.5	3	5 万元/期	知名大学教授、学者	
2	强化队伍协同和管理，实现高质量发展	管辖性支行负责人	0.5	3	3 万元/期	拥有大型商业银行咨询培训经验，并专注于对公转型、零售管理、产能提升和团队营销等领域。	课程内容详见附件
3	加强公私联动，提升综合效能	综合性支行负责人	0.5	6	3 万元/期		
4	聚焦精细化管理，深耕精准客群	经营性支行负责人	0.5	12	3 万元/期		
5	团队拓展活动	管辖性支行负责人	0.5	3	1.5 万元/期	有组织、主持拓展活动、趣味运动等经验	

（二）培训项目运营

经营性支行负责人轮训计划举办 12 期，每期培训时间为 4 天，每期人数约 50 人，拟安排在广州、佛山和东莞开展，其中广州六期，佛山和东莞各三期。轮训班的运营管理拟外包给以上五门课程供应商负责，运营项目包括学员伙食、住宿安排、培训场地及设备租赁、师资食宿和往返交通、教务服务、总结汇报、项目宣传长图文/H5 制作等。其中学员伙食费标准 100 元/天，学员住宿标准不超 500 元/天（住宿费由学员自行支付）。

2023 年“星火计划”综合性支行负责人轮训班课程设置

序号	课程	课时 (天)	授课老师	培训方式	备注
1	基层网点经营管理模拟舱培训	2	外聘师资/内部师资	演练、讨论、讲解	
2	高质量存款发展之路	0.5	内部师资	讲授	
3	国内结算业务培训		内部师资	讲授	
4	普惠金融业务培训		内部师资	讲授	
5	《个人存款发展策略》	0.5	内部师资	讲授	
6	《财富金融产品体系介绍》		内部师资	讲授	
7	《个金数字化营销》		内部师资	讲授	
8	《住房及消费贷款重点产品培训》	0.5	内部师资	讲授	
9	《消费分期及信用卡发卡获客发展指引》		内部师资	讲授	
10	《私人银行业务体系介绍》		内部师资	讲授	
11	《个人客户营销理念和营销重点》	0.5	内部师资	讲授	
12	《手机银行客群及场景经营介绍》		内部师资	讲授	
13	《借记卡快捷支付业务发展指引》		内部师资	讲授	
14	《投诉纠纷化解典型案例》		内部师资	讲授	
15	《聚焦精细化管理 深耕精准客群》	0.5	外聘师资	讲授	

注：每期培训周期 4 天（含一个晚上），共 12 期。

四、其他要求

（一）供应商需针对我行需求，制订并提供培训项目建议方案（包含但不限于课程大纲、

师资安排、项目运营与组织实施等)。

(二) 供应商所开具的增值税专用发票内容必须为“培训费”。

附件：部分课程内容简介

附件：

《聚焦精细化管理 深耕精准客群》课程纲要

第一部分 零售业务发展趋势

- 1、从产品销售向客户经营转变
- 2、从粗放式管理向精细化管理转变
- 3、从线下营销向全渠道营销转变
- 4、从条线作战向综合经营转变

第二部分 聚焦网点精细化管理

- 1、充分发挥中台作用，运用数字化思维提升网点经营能力
- 2、强化线上线下融合的经营思维，提升客户体验
- 3、加强网点队伍营销能力，做大做强财富业务
- 4、公私联动助力网点综合经营能力提升

第三部分 深耕精准客户群，实现客户经营跨越发展

- 1、“双客双新”实现客户精准经营
- 2、重点客群促进业务发展（社保/代发/银发等）
- 3、私行客户精细化经营提升网点核心竞争力

《强化队伍协同管理，实现高质量发展》课程纲要

第一部分：加强队伍协同管理

- 1、各岗位协同的重要性
- 2、提升网点负责人领路人的作用
- 3、为团队设定工作职责和目标的技能

4、提升各岗位的协作能力

第二部分：系统化运作、精细化管理提升效能

1、精细化的核心价值

2、工作效能提升的秘密

3、认清你的核心能力

4、精细化管理的概念

5、系统、流程、标准、制度、执行

6、精细化工作方法模型

第三部分：精细化管理之日常管理

1、日常管理系统——建立标准，推进目标

2、日常管理系统的架构图

3、营销文化的建立与维护

4、银行的会议经营

5、日常营销活动管理

6、案例分析及研讨

第四部分：全量客户维护与万客邀约

1、厅堂到店客户营销策略

2、网点存量客户分层与分客群维护

3、存量客户开展万客邀约的重要性与执行重点

4、开展网点多渠道拓客，提升客户基础

《加强公私联动，提升综合效能》课程纲要

第一部分：产品交叉销售重要性

- 1、网点营销的重新认识
- 2、大数据时代下客户的需求分析
- 3、网点产品组合营销与服务解决方案
- 4、客户管理管理与维护

第二部分：公私联动

1. 公私联动营销的内容
2. 公私联动营销机会发掘
3. 公私联动的营销方法
4. 尝试创建银企联动营销
5. 驻点企业与外拓流程
6. 组织企业内部理财沙龙

第三部分：全量客户维护与万客邀约

- 1、厅堂到店客户营销策略
- 2、网点存量客户分层与分客群维护
- 3、存量客户开展万客邀约的重要性与执行重点
- 4、开展网点多渠道拓客，提升客户基础