

《信贷营销方法与策略》（36计）课程大纲

第一部分 营销策略类（16计）

一、画地为牢

- （一）定位社区银行
- （二）服务辖区客户，不做跨区域业务
- （三）既不直接对外放贷，也不做跨区域银团贷款
- （四）严格控制跨区域资金存放业务

二、蓝海战略

避开竞争激烈的城区市场，深耕广大农村市场

- （一）农村主要客户
- （二）农业产业化龙头企业
- （三）农民专业合作社

案例：“合作社+金融”模式

农商行支持双圆禽蛋养殖专业合作社

(四) 家庭农场与种养大户

案例：咸宁家庭农场主曹勇承包荒山

三、长尾理论

重点服务其他银行不愿做的小微客户

四、雪中送炭

抓住精准扶贫的机遇，引入政府扶贫补偿基金，积极营销精准扶贫贷款

(一) 市场主体承贷承还、政府全程参与类型

(二) 贫困户承贷承还、小额信贷扶贫类型

案例：英山农商行支持志顺茶业精准扶贫

红安精准扶贫户贷款入股分红

五、扫楼扫街

(一) 小微企业账户流量贷款（流量贷）

(二) 小微企业纳税信用贷（纳税贷）

(三) 个体工商户信用贷款（信用贷）

六、拾遗补缺

对其他银行不愿做或不能做的客户，农商行经过选择，予以支持。如国开行、农发行只做公司类业务，农商行可对其上下游小微及个人客户予以支持。

(一) 拾遗补缺获客渠道

(二) 拾遗补缺注意

七、贵宾营销

(一) 法人贵宾客户标准。

(二) 个人贵宾客户标准。

(三) 营销贵宾客户主要措施

八、中医疗法

九、蝴蝶效应

(一) 重点营销几户，培养典型，口口相传，起示范作用，周围客户都来存款、贷款

(二) 先办营销试点，成功后逐步推开

十、以退为进

(一) 对两高一剩，风险较大客户，逐步退出，收回
风险贷款

(二) 没有好的载体，宁愿贷款规模下降，发展慢一点，也不冒险放贷

(三) 暂时收缩贷款规模，目的是等待时机，集中资金，支持优质客户，支持三农与小微

十一、颜色革命

十二、同业策反

对其他银行优质客户，通过利用多种关系，提供特殊服务，做工作，使其到本行做业务。

十三、擒贼擒王；

十四、项庄舞剑

十五、委托营销

(一) 委托企事业单位；推荐薪资员工个人贷款

(二) 委托商会、协会、专业市场管理方，推荐小微
商户贷款

(三) 委托村干部；推荐农户贷款。

案例：电商村淘点与蚂蚁小贷

第二部分 营销方法类 (20 计)

一、分散营销 (麻雀战法)

(一) 分散营销好处

(二) 分散营销不利因素

案例：种养大户乌龟活物浮动抵押贷款

二、批量营销 (兵团作业)

(一) 批量营销好处

案例：宣恩村级扶贫互助担保贷款

(二) 集中批量营销重点

案例：宣恩土家爱豆制品公司

移民后扶担保贷款

三、筑巢引凤 (网点营销)

(一) 机构网点转型

(二) 网点营销应注意的问题

1. 为顾客提供舒适的环境。

2. 热情接待，优质服务。不可让客户过长等候。

(三) 要不断开展促销活动。吸引客户到网点办理业务。

四、外拓营销

案例：大学生借贷 2 万元后失联，认门亲戚家被骚扰

五、陌生拜访

六、路演营销

七、摆摊营销

八、合作营销

(一) 银银合作

案例：农商行成功代理国开行棚户区改造资金 11 亿元

(二) 银校合作

(三) 银医合作

九、借力营销

主要是加强与政府部门及相关单位合作，借助行政力量，开展对企业及个人贷款营销。

(一) 政银合作重点支持的承贷主体

案例：林区办理委托贷款吸存 5000 万元

(二) 基金担保政银合作模式

案例：财政畜牧“贷款补偿+贴息”

农商行贷款支持农民异地搬迁

十、跨界营销

十一、异业联盟

十二、社群营销

(一) 相关概念

(二) 网络社群营销

十三、沙龙营销

(一) 沙龙营销的重点形式

案例：微沙龙助力厅堂营销

(二) 厅堂微沙龙

十四、交叉营销

(一) 交叉营销概念与分类

(二) 金融产品交叉营销

(三) 银企产品交叉营销

十五 渠道获客

(一) 担保公司渠道

案例：京山新民养殖老板跑路，担保公司接管

(二) 保险公司渠道

十六、电话营销

(一) 打电话营销主要对象。

(二) 为什么要打电话营销。

(三) 打电话营销的好处

(四) 打电话营销的不足。

(五) 电销两个重点。

十七、网络营销

(一) 建立网站，就像线网点，通过银行网站平台，吸引客户访问咨询金融业务。

(二) 关联网站，展示银行金融产品。

(三) 通过手机短信、微信、QQ、邮箱等渠道，主动利用网络与客户联系，推销金融产品。

案例：大学生郑德幸赌球欠巨债跳楼身亡

揭 60 多万校园贷背后真相

十八、围点打援

案例：大悟“悟道茶”产业链贷款

十九、链式营销

(一) 制造业供应链融资

(二) 商品物流供应链融资

案例：潜江农商行支持小龙虾产业链发展

(三) 电子商务销售链融资

二十、商圈营销

(一) 商圈形式

(二) 银行与商圈联盟合作目的

(三) 银行与商圈联盟合作方式

案例：武穴市楼宇商圈贷款

二十一、网格战法

(一) 金融网格服务模式（网格系统对接模式）

(二) 利用金融网格站，开展村级贷款业务流程

(三) 利用村级网格站，办理贷款业务优势

(四) 金融网格站放贷注意问题

案例：囚笼政策与百团大战