

《小微企业的贷前调查与交叉营销案例实务培训》

——银行服务营销专家 汪含老师主讲

【课程对象】：银行网点负责人、理财经理、个贷经理、小微经理

【课程时间】：实战版 1 天

【课程大纲】：
(领导开训:强调训练的意义和目的)

头脑风暴：每人提出工作中的难题，老师将这些难题作为案例在整个课程中巧妙地穿插，分析。

商业银行传统金融模式受到冲击，正如比尔·盖茨所说：“传统银行如果不改变，就是 21 世纪快灭亡的恐龙。”

第一部分：金融行业服务营销的竞争

一、金融行业的竞争与变革

案例：华丽家族（日本银行业上世纪 70 年代的竞争）

案例：湖北省恩施州电力公司的员工 400 个人分 7 个亿引发银行的竞争

二、中国银行业经营模式的改变

1、由单一营销向交叉营销做转型

案例：邮储转型关键信息：四个转变

2、由利差为主向中间业务做转型

案例：余额宝探秘

3、由交易型向服务营销型做转型

案例：建设银行的三代网点转型

海底捞，我们学不会？

社区营销的样板 - 社区银行

4、由个体营销向联动营销做转型

案例：校园现金管理平台（含一卡通营销方案）

三、因您而变

案例：社区营销的样板 - 社区银行

第二部分：小微贷前调查的听、查、核、析

一、贷前调查的重要性

✚ 小企业的特点

✚ 小企业的收益周期

制造商

批发商

零售商

服务商

➤ 小企业向银行借款的考虑因素

二：贷前调查的误区

- 1、客户经理到企业进行现场调查中普遍存在“2 不敢、3 不会、4 不愿”几种现象，使调查质量大打折扣，甚至走马观花，流于形式。
- 2、案例：葡萄酒与航空油

三：客户需求分析

- 1、金钱游戏
- 2、客户经营管理分析----黑点思维
- 3、目标客户交叉销售需求分析

采购类客户需求分析

销售类客户需求分析

理财类客户需求分析

融资类客户需求分析

资金管理类客户需求分析

案例：从人品分析打开小微客户突破口

四、贷前调查的基本方式

- 1、实地调查。到客户的营业场地和生产场地，直接观察企业的经营运作情况。
- 2、资料核查。核对客户提供的身份证明、业务主体资格、财务状况等资料的真实、完整、合法性和有效性，并将核实过程和结果以书面形式记载
- 3、面谈。探访客户经营领导人、关键部门负责人或生产员工等，把同一问题从不同的角度及同一问题向不同的对象调查咨询。
- 4、外部调查。获取资信评级机构评定的信用等级，股票行情，银行同业的评价，

政府机关与行业团体的评价，同行客户的评价，权威机构公布的排名名次，经济年鉴，行业年报，新闻媒介的报道等。

五、贷前调查的主要内容

1、查背景

案例：深圳招行一项目为何被否决？

2、查信用

案例：无意之误

3、查业务

案例：神秘的蒲团

4、查报表

案例：酶王子的五本报表

5、查贷款用途和还款来源

6、查担保

案例：跑路的董事长

第三部分：贷款客户开拓与交叉销售

1、个贷营销能力提升公私联动效果

个贷业务营销要点

开展个贷业务营销要遵循的原则

- 明确市场细分，选准目标客户群
- 大力发展重点个贷产品
- 开展交叉销售，凸显综合效益

一手房的营销策略

- 对开发商和楼盘营销代理公司的营销
- 对售楼先生/小姐的二次营销

二手房贷款的目标寻找和营销策略

2、服务三农产生业务机会

案例：甘棠农行新农合交叉营销方案

3、新产品金融 IC 卡产生业务联动机会

案例：校园卡

银医卡

物业卡

4、利用产业链金融进行综合营销

案例：合家福百货连锁超市供应商案例带动交叉销售

5、商户批量营销产生的机会

案例：郑州百脑汇综合服务方案

第四部分：小微存款营销技巧

小微企业贷款客户的真实需求

客户典型需求与结算产品的匹配

案例：马上贷款“十宝五通”系列新品种

如何将存款营销嵌入流程

案例：从泰隆银行尝到了好味道

🚦 对公——创造并满足机构核心需求

案例：小微客户特征创造需求

🚦 对私——创造并满足个人核心需求

案例：焦油厂的继承官司