

《中小企业金融服务多元营销管理能力提升》

——银行服务营销专家 汪含老师主讲

【课程对象】：银行对公客户经理、网点行长

【课程时间】：实战版 3 天、浓缩版 2 天

- 1、了解中小企业对公业务客户采购特点与采购流程，系统的把握业务营销流程；
- 2、了解其他银行中小企业金融服务营销的价值主张与商业模式；
- 3、深入探讨中小企业金融服务中市场规划与批量开发的模式；
- 4、中小企业金融服务营销工作流程优化与销售管理；
- 5、其他同业中小企业金融服务体系中的营销管理
- 6、中小企业授信风险管理

【课程大纲】：

(领导指示发言:强调学习的意义和纪律)

头脑风暴：您碰到哪些关于中小企业客户营销、服务的问题？每人提一个问题，老师将这些问题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、演练，解决学员实际难题。

引言：

雾里看花中小企业融资

中小企业 1+N 链式营销理念

第一讲 如何把握中小企业的金融需求？

一、中小企业的需求特性

适合中小企业需要的融资等产品组合

二、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、目标客户需求分析

采购类客户需求分析

案例分析：阜阳燃气公司银行承兑汇票、买方付息票据、代理贴现

销售类客户需求分析

案例分析：美菱电器营销保兑仓业务

理财类客户需求分析

案例分析：德力西公司现金管理平台业务

融资类客户需求分析

案例分析：融资票据化财务顾问案例

资金管理类客户需求分析

案例分析：安粮集团基金分红避税方案

第二讲 他山之石 - 其他银行中小企业金融服务模式分享

一、中国银行信贷工厂

案例：新世纪百货连锁超市供应商营销服务方案

二、中国民生银行商贷通批量营销

案例——潍坊坊子区“风险保证金”+“担保公司担保”模式

三、浙江泰隆商业银行：泰隆模式的解析

四、点石成金_助力成长_招商银行中小企业金融业务再谱新篇

案例——XX 银行比亚迪上游供应链融资案例

五、兴业银行“芝麻开花”中小企业金融服务方案

案例——成都 X 县工业园区服务方案设计全流程

第三讲 中小企业金融服务中市场规划与批量开发

一、细分市场规划的目的与作用

- 1、可持续的中小企业金融服务商业模式能够较好的解决“两高一难”问题
- 2、细分市场、批量开发、名单制销售”有助于解决中小企业金融服务“两高一难”问题
- 3、区域市场规划、细分市场规划、批量开发的关系

4、“细分市场、批量开发”与单户开发效果对比分析

二、细分市场营销工作程序与要点

- 区域中小企业业务市场调研
- 确定细分市场
- 细分市场的深入调研分析
- 制定细分市场营销规划
- 细分市场营销规划上报
- 细分市场营销规划组织实施
- 细分市场营销规划实施效果评估与动态调整

三、细分市场营销与批量开发案例

1、细分市场营销与批量开发思路

思路一：政府与机构渠道

案例 1：XX 分行—政府采购项目案例

思路二：商业渠道

案例 2：XX 分行—再担保项目案例

思路三：开发园区与科技园区

案例 3：XX 分行——XX 高新技术园区

思路四：商品交易市场

案例 4：XX 分行——XX 小商品市场批量授信案例

思路五：产业链金融

案例 5——深发展银行“全程物流”供应链案例

思路六：县域产业集群

案例 6：XX 分行——古镇灯饰行业开发规划案例

思路七：当地优势与特色行业

案例 7:XX 支行——食品行业批量开发案例

第四讲 基于流程的销售过程管理

一、 开发潜在客户的 9 种高效方法与价值识别的 1 看 1 问

二、 13 种获得客户信任的专业展示方式与客户信任你的四类信号

三、 客户需求识别

- ✓ 12 个最有价值的客户信息
- ✓ 获取想要信息的 4 大武功

四、 中小企业客户营销注意要点

1. 客户经理良好的自身素养
2. 客户经理的个人爱好及其在客户交流中的运用
3. 客户经理的对银行产品的熟悉程度
4. 客户经理对客户所处行业、经营管理等方面所能提供建议
5. 客户经理应具备的基本条件

五、 说服客户的技巧

说服客户技巧----利益介绍法

说服客户技巧----现实利益法

说服客户技巧----事实证明介绍法

说服客户关键点----1、倾听

说服客户关键点----2、提问

说服客户关键点----3、底限

说服客户关键点----4、报盘

说服客户技巧----临门一脚

识别客户购买信号

(语言信号)

(行为信号)

(FBI 教你破解肢体语言)

临门一脚十大成交策略

(投石问路法)

(提炼共识法)

(直接请求法)

(循序渐进法)

(衷心赞赏法)

(实证借鉴法)

(以退为进法)

(循循善诱法)

(优惠诱导法)

(立即行动法)

第五讲 实战演练——对公金融产品谈判展示技巧

一、对公金融产品方案展示技巧

(一)、展示专业形象

(二)、亲和力技巧

(三)、影响对公业务展示效果的三大因素

(四)、对公业务展示推介的三大法宝

(五)、如何向对公客户陈述和展示营销方案

二、商业银行对公客户谈判处理技巧

(一) 处理异议—异议是黎明前的黑暗

(二) 追根究底—清楚异议产生的根源

(三) 分辨真假—找出核心的异议

(四) 自有主张—处理异议的原则

(五) 化险为夷—处理异议的方法

(六) 寸土寸金—价格异议的处理技巧

(七)、客户核心异议处理技巧

短片观看及案例分析、情境营销实战训练

第六讲 中小企业授信风险管理

一、风险管理原则

二、风险管理架构与流程

1、风险管理流程概述

2、中小企业风险管理的特色

三、风险管理基本理念

中小企业风险管理二十五条军规详解

四、风险缓释的主要途径

- 通过抵押担保控制风险
- 通过中介机构担保控制风险
- 通过控制物流、资金流控制风险
- 借助大企业信用“增信”控制风险

五、 风险管理特点与挑战

1、中小企业风险管理特点

2、风险管理工作面临的挑战

六、 风险管理目标

1、做专业的人士，了解中小企业

2、做职业的人士，良好的职业操守

3、做敬业的人士，勤勤恳恳工作

通过实战，请学员在实践中掌握知识点，包括方案设计、方案展示、处理异议、商务谈判相关技巧，在点评环节中给予有针对性的意见和建议。

要求每个学员提供一份在工作中撰写的金融服务方案，在培训班开班时带给老师，作业要求如下：

1.版式要求：PPT 版。

2.写作页码要求：PPT 页码不少于 30 个。

3.演练要求：每个学员时间 13 分钟。选择 6 个学员进行路演。共 1.5 个小时。

(1)要求在课堂上用 8 分钟时间将本人提供的金融服务解决方案向老师与全体学员进行路演，接受老师与学员点评考评。

(2) 客户代表提问与点评，时间 3 分钟。学员路演结束后，选 2 名学员作为客户代表进行提问点评，其中 1 人作提问代表，提问的内容主要是关于客户需求方面的疑问、金融服务解决方案方面的疑问及金融服务保障措施方面的疑问；1 人作点评代表，站在客户的角度对学员制作与路演的金融服务方案进行点评，点评的内容主要包括金融服务方案整体设计的美观性与科学性、客户需求分析的准确性与差异性、金融服务解决方案的针对性与操作性、金融服务保障措施的可行性与竞争性、学员路演的综合表现等。

课程结束：

- 一、 重点知识回顾
- 二、 互动：问与答
- 三、 学员：学习总结与行动计划
- 四、 企业领导：颁奖
- 五、 企业领导：总结发言