
互联网金融冲击下银行应对策略

—— 从电子银行到智慧银行

【培训讲师】余建军

【课程对象】· 总行领导

· 各分支行行长、副行长及相关业务负责人

· 电子银行部领导及业务骨干、战略发展部领导及业务骨干、金融市

场
及

部领导及业务骨干、零售业务部领导及业务骨干、公司业务部领导

业务骨干、微贷事业部领导及业务骨干

· 网点负责人

· 客户经理

【课程背景】

1、互联网金融的快速发展正在给银行业的发展带来巨大的冲击：一方面，互联网

金融新兴参与者（第三方支付、P2P、众筹、垂直搜索等）正大力布局金融服务

领域，银行业在经营理念与业务发展上面临严峻挑战；另一方面，伴随着银行业开始积极拥抱互联网、传统业务纷纷触网之际，银行之间的竞争趋于同质化、白热化。在“互联网+金融”时代下，商业银行如何借势突围，实现业绩持续增长，已成为银行家必须要积极应对的主题；

2、在应对互联网金融冲击的探索过程中，银行面临着以下考验：

• 在理念上：互联网思维正在对银行文化观念、思维观念带来巨大冲击，仍然

坚

持传统“工程师思维”成为银行发力互联网金融的重要短板；

• 在战略上：银行对互联网金融的应对策略仍然主要聚焦在单项业务、产品上，当下银行更需要从整体上对业务布局、风控模式与盈利模式等重新统筹规划

与

调整创新；

• 在客户端：互联网金融快速提高了客户对银行服务的预期，客户需求更加复

杂

多样，个性化、差异化的服务不再是高端客户的专属，对银行的客户需求分

析

和服务能力提出更高的要求；

• 在营销上：互联网为银行营销提供了新的介质和传播模式，新兴网络传播工

具

不断涌现，如何在平台间增进营销互动性、传播性，实现营销精准化、批量

化，

如何协同线上线下的定位布局，发挥渠道合力成为营销团队新挑战，如何启

动

大数据营销，抢占先机；

3、从宏观环境着眼到微观业务聚焦，从发展理念融合到实操工具掌握，本课程洞悉商业银行发展互联网金融业务的**机遇与挑战**，旨在提升银行**应对策略**与**现实营销创新**；剖析互联网金融企业运营和盈利模式，深入解读互联网思维模式，强化互联网金融时代客户群针对性应对策略，助力银行传统业务在互联网金融时代的布局优化，探索线下网点与互联网金融相融合的营销理论和营销 O2O 模式，推动银行学习互联网思维，设计大数据应用场景，演练大数据营销技巧，提升服务与产品竞争力，创新营销模式，以**更灵活、更动态、更前瞻的适应战略**来应对新的竞争。

【课程特色】

- 前瞻性**：着眼电子银行在互联网金融冲击下的战略和实施两个层面，借鉴互联网企业和同业领先模式，加速银行现阶段的突破与提升，引导银行为应对互联网金融进行长远布局；
- 针对性**：直击互联网金融冲击下银行传统业务面临的“边缘化”、“管道化”问题关键点，通过业务整合与产品方案优化，找到电子银行业务突破之道；
- 实战性**：工作坊、小组竞技、案例探讨、互动交流，深度剖析标杆银行与互联网企业实操案例，启发和引导学员互联网金融思维的学习与创新；
- 权威性**：方法与工具相配合，经典模型与实操经验相印证，拓展视野，开阔思维，针对学员实际工作中存在的问题提供针对性建议。

【课程收益】

- ★ **透视趋势，掌握先机**：结合案例分析互联网金融发展前沿动态，汲取互联网企业和同行领先者的典型案例精华，开阔视野，提升认识；分析互联网金融主要发展模式及其创新理念，增强发展互联网金融业务的使命感和紧迫感；
- ★ **聚焦差异，创新模式**：共同探索传统业务的优化策略，帮助银行快速提升重点业务，构建银行的互联网生态金融；聚焦电子银行的最新做法，借鉴智慧银行的建设经验，共同探索“银行互联网化”和“互联网+’银行“的内容、模式和经验教训，引领学员洞察金融业发展趋势、重构银行核心竞争力；
- ☆ **构建模型，快速部署**：开展“SPACE - 电子银行差异化竞争战略地位与行动评估”主题工作坊，大数据营销技巧小组竞技，现场研讨银行互联网金融应对策略的行动方案；
- ☆ **立体交互，突破困局**：结合案例，研究互联网金融冲击下客户群体结构特征和需求变化，分享新兴网络平台营销新思路、新技巧，现场训练新型营销工具的使用，提升营销精准性和互动性；通过线上线下整合营销，满足客户线上与线

下的立体交互需求，线上线下形成营销合力，提升营销效率。

【课程时间】2天

【课程形式】公开课、总裁班、内训

- 工作坊 - 案例分析 - 小组讨论 - 讲授 - 游戏
- 练习 - 角色扮演 - 教练式、互动式教学 - 视频

挑战互联网银行

○ 灾难性的循环

· 银行在面对社交媒体创新时，通常会经历灾难性的5个阶段



【课程大纲】

第一篇：电子银行战略选择技术

- 1、【案例分析】电子银行战略价值-工商银行案例
- 2、【小组竞技】《迷失丛林》
- 3、【小组讨论】战略缺失与战略分歧
- 4、【案例分析】战略分析工具与战略选择
- 5、【WorkShop 工作坊】
 - 《SPACE：电子银行战略地位态势与行动评估》
 - 工作坊成果点评
- 6、【家庭作业】《全球银行业展望》报告

银行认为，社交媒体的风潮终将消散，所以没必要自找麻烦

注意到社交媒体快速成长，但认为整个银行业无人靠这个赚到钱，我们不用太在意

互联网银行-移动银行-社交媒体是一体联动的，为时已晚，对手遥遥领先

忽然发现，应该在3~4年前就投资社交媒体，但由于缺乏准备，品牌与人群完全脱节，这时，银行的很多行为，就变得不那么高明

第二篇：电子银行营销迭代

- 1、【室内微拓展】电子银行营销压力测试
- 2、【小组竞技】电子银行社会化营销模式-工商银行案例分析
 - 如何利用电子渠道营销个人贷款？
- 3、【小组竞技】网银的最主要功能是什么？
 - 中行网银新模式
 - 工商银行案例分析
 - 课堂练习：《小组网银优化设计》
- 4、【角色扮演】信用卡是一种什么样的工具？
 - 各种VIP卡的启示
 - 汽车产业链大数据的教训
 - 芝麻信用与银行业务的融合？
- 5、【案例分析】手机银行与微信银行
 - 浦发银行手机银行案例分析
 - 浦发银行微信银行案例分析
 - 农商行如何盘活手机银行？
- 6、【角色扮演】营销三维模型的启示
- 7、【小组讨论】互联网金融背景下电子银行营销创新

-
- 《互联网金融背景下电子银行营销创新》导读

第三篇：智慧银行建设

- 1、【案例分析】银行互联网化-四化建设
 - 智慧银行集中亮相：建设案例分析
 - 营业模式的销售化与智能化：民生银行案例
 - 农村金融服务室的建设与业务发展研讨
- 2、【小组讨论】银行互联网化模式
- 3、【案例分析】银行互联网化经验教训
- 4、【小组讨论】银行互联网化趋势
- 5、【案例分析】零售银行智能化模式
- 6、【角色扮演】现在就是未来
 - 未来银行案例研讨：交通银行案例

第四篇：挑战互联网银行

- 1、【小组竞技】竞争五力模型与奔腾年代
- 2、【案例分析】就这样被互联网银行颠覆？
 - 网商银行案例分析
 - 微众银行案例分析
 - 80/20 法则与 80/2 法则
- 3、【案例分析】数字技术优化
 - 利用数字技术优化的组织
- 4、【小组讨论】银行的机会与挑战
- 5、【小组竞技】如何避免灾难性的循环？
- 6、【小组分享】《我在现场：电子银行故事》

第五篇：商业银行互联网金融应对策略

- 1、【小组竞技】银行超越客户期望的 12 种方式
- 2、【小组讨论】以信息为主导实施转型
 - 创建以客户为中心的银行
 - 财富云-微秘书终端：宁波银行案例分析
- 3、【小组讨论】应对策略路径分析
 - 平台/资源/客户
 - 区块链、雾计算与物联网 IOT 机会
 - 贵农云案例分析
- 4、【案例分析】应对策略 6 个战术支撑点
- 5、【小组讨论】应对策略制高点与资源整合
 - 银行大数据营销
 - 淘宝下乡的影响
 - 电商下乡的合作机会
- 6、【案例分析】如何建立竞争壁垒？
- 7、【角色扮演】如何维护竞争壁垒？

-
- 8、【小组讨论】互联网金融应对策略实施的保障措施
 - 9、【小组竞技】应对策略行动方案
 - 【WorkShop 工作坊】《电子银行应对策略行动方案》
 - 方案点评

第六篇：银行大数据营销

- 1、【案例分析】精准营销与 RFM 分析
 - 正态分布的反馈率、单次购买金额
 - 销售预测的准确率
- 2、【案例分析】大数据分析的经典案例
- 3、【案例分析】大数据在银行业的应用场景
 - 客户管理
 - 花旗银行案例分析
 - 客户流失分析
 - 营销管理
 - 风险管理
- 4、【案例分析】中国银行业大数据应用场景
 - 颠覆 IPC 技术
- 5、【小组讨论】什么是银行的本质？
- 6、【案例分析】银行大数据解决方案
 - 大型国有银行大数据技术应用案例分析
 - 光大银行案例分析
 - 交通银行的探索
 - 江苏银行直销银行大数据价值化营销
- 7、【小组竞技】银行大数据营销技巧训练
 - 魔镜案例分析
 - 小组练习作业：个性化销售信
 - 作业点评

第七篇：跨越互联网金融战略转折点

- 1、【案例分析】电子银行变革创新 - 《老革命遇到新问题，如何创新？》
- 2、【角色扮演】冲击与激励
 - 什么是最有效的激励方式？
- 3、【小组竞技】跨越互联网金融战略转折点

要点回顾 | 问题答疑