

# 银行小微信贷全流程介绍及信贷技术

讲师：张志强

课程目标：

1. 让学员充分了解小微信贷流程，掌握小微信贷贷前调查技术
2. 了解小微信贷基础性理念内容以及 IPC 小微信贷技术原理
3. 深刻理解小微信贷营销理念和掌握营销方式和技巧
4. 熟悉贷前工作内容的各个环节
5. 熟练掌握如何进行贷款原因分析和软信息以及财务信息的获取和分析

课程时间：两天课程+五天或者六天实操外拓

授课对象：信贷营销部门员工+风控合规部门员工

授课方法：实战讲授+案例研讨

培训时间：1-2 天

课程大纲：

## 第一单元 小微信贷业务介绍

### 1、小微信贷介绍

- 小微信贷是啥？
- 小微信贷的目标客户群体
  - A. 小微企业个体工商户
  - B. 涉农类贷款户
  - C. 个人消费金融类客户
- 小微信贷的目的
  - A. 筹措资金
  - B. 建立信用
  - C. 能力建设

### 2、小微贷款的业务的八大流程介绍

- 小微信贷的市场营销
- 小微信贷的申请受理
- 小微信贷的实地调查
- 小微信贷的审贷分析
- 小微信贷的信贷审批
- 小微信贷的贷款拨付
- 小微信贷的贷后管理

- 小微信贷的不良催收
- 3、银行信贷客户经理在小微信贷中的角色和职责
  - 信贷客户经理在小微信贷个流程中扮演的角色
  - 信贷客户经理在小微信贷业务中的职责 (14)

## 第二单元 小微信贷客户营销

### 1、小微信贷客户营销

- 营销前的调研工作 (为甄选优质的小微客户做准备)
  - A. 调研当地小微客户类型以及所占的比例和数量 (小微企业个体工商户、农户、个人)
  - B. 小微企业中各种客户类型的数量和占比分别是多少 (基本可分为批发零售、生产加工、餐饮服务、其他服务、涉农生产加工等等)
  - C. 根据不同的行业和客户, 制定差异化的小微信贷产品和准入政策
- 营销前调研同业竞争机构:
  - A. 调研准入政策和风控方式
  - B. 调研产品利率、额度、还款方式、贷款期限、担保抵押方式, 是否是纯信用贷款

### 2、小微客户的营销

- 营销和销售的区别
- 倒三角原理的信贷销售中的意义
  - A. 目标客户精准定位
  - B. 小微信贷客户的需求挖掘
  - C. 小微客户的信贷渠道和途径
  - D. 需求挖掘之舒适区原理

### 3、营销方法

- 陌生拜访
- 借力打力
- 渠道合作
- 运筹帷幄

### 4、如何进行“贷款产品”的价格谈判

- 三明治原理
- 感官冲击法
- 关于价格谈判的好处和意义
- 价值优于价格

### 5、信贷营销中的异议处理

- 异议处理的原则
- 异议处理的手段
- 异议处理的意义和好处
- 异议处理的机遇

## 第三单元 小微信贷贷前工作内容

### 1、业务申请受理环节

- 业务受理时的风险防控
- 贷款专业户
- 反欺诈识别

- 咨询申请环节的风险识别
- 2、贷款原因分析
  - 如何进行贷款原因分析
  - 会计恒等式原理与资产负债表
  - 资产变动带来的贷款需求
    - A. 营运投入变动
    - B. 投资性支出变动
  - 负债变动带来的贷款需求
    - A. 亏损
    - B. 大额家庭开支
  - 权益变动带来的贷款需求 ( )

#### **第四单元 小微信贷申请通过后进行软信息的分析 (基于 IPC 技术)**

- 1、IPC 小微信贷技术简介
  - IPC 小微贷技术介绍
  - IPC 小微信贷技术原理与特点
  - 逻辑检验与交叉检验
  - 案例分析
- 2、软信息获取与分析
  - 软信息决定着未来客户的还款意愿
  - 软信息的分析基于社会学的原理
  - 软信息分析中的交叉检验
- 3、贷中调查的财务信息获取 (基于 IPC 技术)
  - 财务信息决定着未来客户的还款能力
  - 财务信息报表还原 (进行财务指标的分析判断和识别)
    - A. 资产负债表还原
    - B. 损益表还原
    - C. 权益检验表还原
  - 财务信息的交叉检验
  - 财务信息和软信息的逻辑检验
- 4、调查报告的撰写
  - 调查报告撰写的原则
  - 调查报告撰写的注意事项

#### **第五单元 信贷业务贷后管理流程与贷后风险控制**

(备注：此部分可单独做一个板块进行课程讲授与案例分析)

- 1、贷后管理的概念
- 2、贷后管理的方法和基本程序
- 3、分析贷款客户可能出现逾期的信号
- 4、三变两址的贷后管理方法
- 5、贷后逾期客户分类及不同的应对策略
- 6、贷后风险控制与客户关系的维护
- 7、全流程风险控制对于机构稳健长远发展的意义
- 8、欠款清收的方法

#### **第六单元 小微信贷流程地域影响**

- 1、关于小微信贷的民族宗教影响

- 2、关于小微信贷不同地域的风俗民情的影响
- 3、当地风土人情决定着不同的展业方式
- 4、当地风土人情决定着不同的贷后管理及催收方式

#### **第七单元 小微信贷全流程风控理念**

- 1、小微信贷全流程风控理念介绍
- 2、小微信贷从业人员信心和情绪
- 3、关于人性和人心的思考

#### **外拓项目主要内容：**

##### **一、拓展营销的八大模型**

###### **1．路演营销**

**案例分析：**分组设计路演方案，根据业绩结果 PK;包括：咨询量，申请量，受理进件量，以及各层级的转化率

###### **2．节日营销**

**案例分析：**超出客户期望值的节日营销方案，如 28 号是七夕节，与当地的婚庆行业联络，涉及婚庆行业、餐饮、家电、家装、快消品等等相关的行业，均可以成为我们的潜在客户；

###### **3．事件营销**

**案例分析：**最近比较关注的几件事，九寨沟地震事件，和地震局联系，发起一次防震减损的公益活动，以增加影响力和知名度为主，为小微商户或者农户提供防震减灾知识普及；

中印关系等等事件，均可以拿出来做文章

###### **4．跨界营销**

**案例分析：**商铺或者写字楼整体包租，分期回款，涉足消费金融业务领域，积累大量客户的体验数据，形成自己的核心竞争力；

选择本地优质的涉及民生的商场、企业、店铺，进行分期消费合作；

## 5. 微信营销

**案例分析：**某商业银行客户经理的微信营销

## 6. 兴趣营销

**案例分析：**某商业银行组织的客户羽毛球俱乐部

## 7. 沙龙营销

**案例分析：**某银行高端客户私享沙龙

## 8、讲座营销

**案例：**人社局、中小企业局定期举办小微企业主培训，创业培训，等等，进行课程的嵌入，

**小组研讨：**根据所在社区的具体情况，选择一种营销模式制定营销计划，并进行点评

**拓展营销实战安排：**拓展营销分组.PK.具体内容安排

二、还有贷后管理外拓实操

## 第三天、第四天、第五天拓展营销（商区.社区.园区.农区）

### 一、早晨会（0.5H）

1. 分组举办晨会
2. 小组 PK 宣导
3. 实战技巧训练
4. 重要事项沟通

### 二、实战演练（6H）：

1. 各小组根据自己小组网点制定的营销方案，进行两天的拓展营销。以实际绩效进行 PK。

### 三、晚夕会（1H）

1. 分组汇报战况
2. PK 兑现
3. 学员分享
4. 讲师总结
5. 重点知识点回顾

## **第六天培训加总结**

### **一、建立“行销”的阳光心态**

- 1 . 好心态带来好绩效
- 2 . 行销人员五心一力 (感恩心.爱心.平常心.营销心.交友心.学习力)
- 3 . 行销人员的压力管理

### **项目总结及颁奖典礼**

### **课程小结与问题解答**