

《农商银行信贷产品整合与差异化营销》

时长：6 课时

讲师：仪青涛

【课程背景】创新是商业银行信贷业务的灵魂，直接关系到运营成本能否降低、效率能否提升、风险是否可控、体验（客户与客户经理）能否提高。然而，不当创新则是风险爆发点。何为成功的产品设计呢？：

- 1.客户群设定是否清晰（客户界定标准）
- 2.客户满意度是否高（产品导向标准）
- 3.客户经理应用满意度是否高（客户经理体验标准）
- 4.风险是否易于控制（风险控制标准）

本课程系通过商业银行信贷创新及产品整合策略与实践及典型案例分析，为农商银行批量营销及差异化营销提供理念性指导并为克服当前营销困境提供有价值的指导。

【课程目标】

- 1.透析农商银行资产类发展策略，为资产类产品标准化及流程体系提供指导；
- 2.细致阐释几种有代表性商业银行信贷产品的设计理念、设计过程及其应用价值，为农商银行资产业务营销提供策略指导；
- 3.通过批量营销的典型案例分析及现场互动，为优秀客户经理产品设计打开思路。

【授课形式】结构型知识讲授+典型案例研习+互动型研讨

【授课对象】商业银行高级管理人员、信贷条线中高级管理人员、有培养价值客户经理。

【课程目录】

前言

第一部分 课程导论

一、个人资产业务良好的标准

二、几个版权观点分享

第二部分 关于信贷产品及产品整合

一、什么是信贷产品

1.客户界定标准

2.产品导向标准

3.客户经理体验标准

4.风险控制标准

二、如何进行产品设计与产品整合

1.标准化思维

① 标准就是效率

② 标准就能降成本

③ 标准就能提高满意度

2.问题导向思维

① 客户需求是什么

② 客户经理需求是什么

③ 管理的需求是什么

④ 新产品解决哪些问题

三、营销创新的源泉

1. 银行的优势与不足

2. 大金融学习

① 融资租赁的思路与方法

② 互联网金融思维运用

3. 产品效率监控

4. 风险实践验证

四、产品整合创新实践案例

1. 效率提升类

2. 客户便利类

3. 额度提升类

4. 收益提升类

第三部分 差异化营销方案设计与典型案例

一、非标场景开发

1. 意义

2. 失败的可能情形

3. 非标场景中方案设计步骤

二、非标场景中批量营销方案设计与实践

1. 基于商圈

2.基于商会

3.存量客户

三、现场讨论

四、典型案例

1.网约车

2.养殖户

3.专业市场业户

4.设备按揭

5.加盟商

第四部分 网点生态圈业务拓展与行内资源挖掘实践

一、KYC

1.客群梳理与分类

2.客群共性分析

3.差异化分析

二、营销方案

1.营销目标

2.营销内容

3.谁去营销

4.怎样去营销

5.宣传的作用与方法

6.如何评估

三、目标营销技巧

1.规范客户拜访礼仪

2.营销切入点

3.客户的心理分析

四、拒绝客户处理

五、行内资源的有效利用

1.公零联动的意义

2.怎样进行联动

3.公零联动的案例实践

4.存量挖潜