

《商业银行中小企业渠道建设与批量营销新思维》

时长：6 课时

讲师：仪青涛

【课程背景】 中小企业业务是各类商业银行战略方向，但就实践情况看，相当一部分商业银行发展情况并不理想，或者面临增长乏力或者正经历高不良率的苦恼。创新是中小企业业务的灵魂，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。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）

本课程系通过中小企业渠道建设及批量营销方案设计策略与实践及典型案例分析，为商业银行中小企业业务批量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.透析中小企业业务发展策略，为中小企业信贷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公小联动营销方案的设计理念、设计过程及其应用价值，为商业银行中小企业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、零售条线中高级管理人员、有培养价值员工。

【课程目录】

第一部分 小微金融营销导论

- 一、良好的小微金融
- 二、小微金融几个版权观点分享
- 三、小微金融的商业可持续问题
 - 1.什么是商业可持续
 - 2.商业可持续发展的目标体系
 - 3.面临的困难与突破
- 四、小企业营销要素
 - 1.产品规划
 - 2.渠道建设
 - 3.营销创意
 - 4.专业服务
 - 5.促销活动

第二部分 新客户切入的方法

- 一、标准化产品匹配客群
 - 1.客群标准化营销

2.用途标准化营销

3.抵押物标准化营销

二、标准化产品提升吸引客群

1.效率提升

2.客户便利

3.额度提升

4.期限灵活

三、管理与督导标准化提升产能

1.团队管理

2.效能提升

3.标准工作量

四、个性化设计赢得新客群

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.供应链中核心企业痛点把握

4.客群需求挖掘

① 基建企业与供应商

② 医院与供应商

③ 专业市场与商户

五、大数据背景下营销策略创新

- 1.营销导向
- 2.创新视野
- 3.创新工作新思维

第三部分 存量客户挖潜与粘度提升

一、客户流失的原因

- 1.市场波动
- 2.行业竞争
- 3.匹配产品单一
- 4.诚信问题
- 5.沟通不畅

二、存量客户的需求挖掘

- 1.针对特定交易的信贷
- 2.供应链思维在小企业的运用
- 3.交叉销售
- 4.计算综合收益

三、存量差异化服务

- 1.二八定律
- 2.提升“二”的价值含量

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

第五部分 优势谈判技巧在营销中的运用

一、优势销售谈判的原则、要素及合作策略

- 1.优势谈判的基本原则、关键要素
- 2.以双赢为目标的合作策略
- 3.优势谈判过程 VS 常规谈判流程
- 4.优势谈判的价值态势分析
- 5.商业银行客户经理角色定位
- 6.客户经理的专业修炼
- 7.课堂测试：销售谈判情境模拟测试

二、优势销售谈判的专业沟通技巧

- 1.塑造成功谈判者的专业形象
- 2.客户信息收集、整理与分析
- 3.“关系”对销售谈判的重要性
- 4.如何赢得客户的信任
- 5.“望闻问切”的专业销售沟通技能一

三、优势销售谈判流程与技巧

- 1.开局技巧
- 2.谈判中期技巧
- 3.谈判终局技巧