

《商业银行公小联动与风险控制》

时长：6 课时

讲师：仪青涛

【课程背景】在商业银行缩表的背景下，信贷成为不可或缺的资源，公司信贷增长受到较大限制。然而，另一面，小微企业因受到宏观经济以及互联网的冲击而导致生态环境发生巨大改变，小微企业业务的风险持续增加。基于前述原因，今年小微企业业务发展的重点在于通过公小联动进行批量营销。

本课程系讲师多年小微理论研究，具有公司业务产品设计背景，在筹建且一直担任某银行总行小微部门负责人的岗位上对国内各类银行小微业务运营长期跟踪的成果。通过公小联动、小微业务集群开发的大量实践及典型案例分析，为商业银行小微业务克服当前营销困境提供有价值的指导。

【课程目标】

- 1.通过公小联动的实践案例，为商业银行小企业业务批量营销提供指导；
- 2.通过批量营销典型产品与流程设计经验，为商业银行批量营销时产品方案设计提供有价值的参考。

【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 课程导论

一、中小企业资产业务良好的标准

二、几个版权观点分享

第二部分 中小企业批量营销方案设计策略

一、批量营销方案设计标准

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、批量营销方案设计思路

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、批量营销创新源泉

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、标准化产品批量营销思路

1.标准化内涵

2.标准化资产业务效能提升实践

① 效率提升类

② 客户便利类

③ 额度提升类

④ 收益提升类

3.渠道搭建

① 网点效能发挥

② 条线联动

③ 媒介互动

第三部分 个性化批量营销方案设计案例及渠道建设

一、个性化批量营销的意义及设计步骤

1.意义

2.失败的可能情形

3.非标场景中方案设计步骤

二、批量营销方案设计与案例实践

1.基于商圈

2.基于商会

3.存量客户

三、行内资源的有效利用

1.公小联动的意义

2.怎样进行联动

3.公小联动的案例实践

① 商超案例

② 工程类小微集群案例

③ 配件生产客户集群案例

4.存量挖潜

① 存量挖潜的意义

② 存量挖潜的设计与实践

四、现场讨论

第四部分 公小联动风险控制

一、核心企业风险控制

(一) 准入标准

1.六种类型核心企业

2.交易及违约风险

3.担保授信风险

(二) 交易风险控制

1.交易背景

2. 违约概率及风险缓释

(三) 信用风险控制

1. 核心企业信用风险

2. 上下游企业信用风险

3. 风险概率与风险缓释

4. 风险退出机制

(四) 三类常见领域的公小联动案例分享

1. 三农业务

① 木耳种植

② 养殖

2. 医院及医疗产业链

3. 基建与供应商

第五部分 PPP 概论与联动机会

一、PPP 模式的含义及主要特征

二、PPP 的主要类型——从融资模式看

1. 商业银行贷款或投贷结合

2. 信托

3. 基础设施 PPP 项目产业基金交易结构

三、PPP 模式的内涵及关键问题

1. 商业模式

2. 操作流程

3.风险管理

4.定价及调价

5.绩效管理

四、PPP 案例

五、联动机会

1.项目建设准备阶段

2.项目建设阶段

3.项目运营阶段