

《线上小微信贷场景化营销创新与风险控制》

时长：6 课时

讲师：仪青涛

【课程背景】 小微金融对于各类商业银行的重要性是不言而喻的，但在实践中，多数银行小微金融走向两个极端，或者趋向于传统信贷模式，导致业务发展缓慢，或者思路较为激进，导致大规模风险爆发，无法实现商业可持续。从根源上上讲，此为信息不对称及其应对策略不同所导致。在大数据时代，小微金融又有了新的含义，其一，大数据时代如何实现小微客群的精准营销；其二，如何区分小微企业核心有效数据与附属关键数据；其三，互联网时代，小微金融的高效性如何发挥。

本课程系讲师多年小微理论研究，研发并实践互联网小微金融产品的成果。通过对互联网时代小微金融特点、产品创新实践及应用成果的分析，为商业银行互联网时代小微金融营销思维的转变提供有价值的指导。

【课程目标】

- 1.为商业银行在互联网时代小微客群的精准营销提供有价值的指导；
- 2.细致阐释几种有代表性商业银行互联网小微信贷产品的设计理念、设计过程及其应用价值，为商业银行小微营销提供策略指导；
- 3.阐释互联网时代小微金融营销思维的转变路径。

【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、小微条线中高级管理人员、小微专营机

构、小微支行有培养价值员工。

【课程目录】

前言

第一部分 信贷业务导论与互联网时代小微金融特点

一、良好的信贷管理

1.五个因素

2.信贷风险来源

3.两个维度新解

二、几个版权观点分享

三、互联网时代小微企业的特点

1.写字楼闲置现象

2.传统行业凋敝现象

三、互联网时代小微业务营销策略选择

1.小微业务营销导向

2.小微业务营销视野

3.小微业务营销新思维

四、互联网时代小微金融特点

1.贷款用途

2.信贷流程

3.风险控制

五、探讨：互联网时代客户经理只是扫码工

第二部分 农商银行信贷竞争力提升实践

（一）路径之一——标准化

一、标准化含义

1.客户界定标准化

2.流程标准化

3.产品标准化

二、产品标准化

1.标准化客群

2.标准化用途

3.标准化抵押物

二、标准化的优化

1.效率提升

2.客户便利

3.额度提升

4.期限灵活

（二）路径之二——公小联动

一、批量营销及非标设计的含义

二、小额分散开展公小联动

1.公小联动核心企业痛点把握

2.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

三、公小联动风险控制

1.核心企业风险控制

2.交易风险控制

3.信用风险控制

(三) 路径之三——线上线下结合

一、标准场景中的小微客群

1.标准场景设置

① 客群特点

② 核心数据

③ 核心风控措施

2.标准场景营销案例

① 某国有行标准场景产品

② 住房按揭客户场景

③ 烟草零售商户

(四) 对公信贷业务营销案例

1.标准化工业厂房按揭及需求挖掘

2.信贷转票据适应央企降杠杆

3.信贷并非维系重要公司客户的唯一

二、非标准场景中的小微客群

1.非标场景中客户画像

2.非标场景分类

- ① 供应链模式
- ② 类专业市场模式
- ③ 第三方合作模式

第三部分 线上小微信贷场景化营销创新案例解析

一、供应链小微线上场景设计案例解析

1.背景

2.业务流程

3.实践案例

- ① 养殖户（股份制银行）
- ② 加盟商（城商行）
- ③ 设备按揭（股份制银行）

二、第三方合作模式场景

1.背景

2.数据范围

3.实践案例

- ① 营运车保险（股份制银行、农商行）
- ② 美容整形分期（股份制银行）

三、类专业市场场景

1.背景

2.操作流程

3.实践案例

① 租金贷新运用（股份制银行、城商行）

② 租房分期（股份制银行）

第四部分 线上小微信贷风险控制

一、互联网时代小微业务风险特点

1. 区域信贷风险特点

2. 行业信贷风险转换

3. 贷种风险特点

4. 互联网信贷骗局案例

二、数据风险控制

1. 真实性检验

2. 核心数据与附属关键数据

3. 有效风险缓释

三、金融科技与小微风控

1. 数据的来源与甄别

2. 标准化场景

四、大数据风控运营

1. 贷前调查：以人工智能给客户画像更精确

2. 贷中审批：你是来骗钱的吗？

3. 贷后管理：互联网时代的你，无处遁形