

《小微客户营销技巧之网点金融生态圈业务拓展》

时长：6 课时

讲师：仪青涛

【课程背景】小微金融是各类商业银行的战略选择，其市场巨大但又面临较大的风险，在风险防控的前提下拓展业务对小微金融实践者提出了较高要求。

小微客户在哪里？这是一个伪命题，因为每个网点周边最不缺少的就是小微客户。近、小、好、真是小微业务营销的四字箴言，小微业务应围绕网点及其周边进行拓展。

本课程系讲师多年小微理论研究，在筹建且一直担任某银行小微部门负责人岗位上对国内各类银行小微业务运营长期跟踪的成果。通过小微业务营销的大量实践及典型案例分析，为营销人员小微业务营销提供有价值的指导。

【课程目标】

- 1.透析小微业务发展策略，为小微信贷业务标准化产品及流程体系提供指导；
- 2.通过网点金融生态圈外拓营销实践的典型案例，为小微外拓营销活动提供有价值的参考；
- 3.通过批量营销的典型案例及现场互动，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、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】

第一部分 课程导论

- 一、良好的小微金融
- 二、几个版权观点分享

第二部分 小微企业营销策略选择

一、小微企业和小微金融

- 1.小微企业分布特点
- 2.小微企业风险特点
- 3.小微金融服务状况

二、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

三、银行的优势与不足

四、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

第三部分 网点金融生态圈小微业务拓展

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.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

第四部分 外拓常见低效问题处理

一、准备不充分

1.心理

2.物资

3.衣着

二、客户常拒绝

1.外拓的技巧

2.外拓的注意事项

三、缺少有效需求

1.价格高

2.手续繁琐

3.不如其他行有优势

.....

第五部分 行内资源的有效利用

一、公小联动的意义

二、怎样进行联动

三、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

四、存量挖潜

1.存量挖潜的意义

2.问题与协调

3.存量挖潜的设计与实践

第六部分 网点金融生态圈业务拓展讨论