

《中小企业客户开拓与金融服务方案攻略》

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，亦或综合贡献度偏低。创新是中小企业金融的核心，创新包括营销方式创新、产品创新、也包括客户经理营销思维创新，创新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。

本课程通过对公及小微获客技巧的讲授与情景训练及获客思维的提升，为商业银行客户经理克服当前营销困境提供有价值的指导，并为商业银行授信方案设计与撰写人员提供有价值的指导。

【课程目标】

- 1.通过获客方式的讲授及情景模拟，拓展客户经理的营销思维；
- 2.通过标准化场景及产品设计的案例，为商业银行产品设计提供有效参考；
- 3.为有效获客及提高客户综合贡献度，提供有价值的指导；
- 4.为商业银行授信业务人员提供多角度的金融服务方案设计方法；
- 5.通过典型案例的剖析，为商业银行授信业务人员金融服务方案撰写提供有价值的参考。

【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、信贷条线中高级管理人员及有培养价值员工。

【课程目录】

前言

第一模块 中小企业客户开拓

第一部分 中小企业信贷思维导论

- 一、良好的信贷管理
- 二、几个版权观点分享
- 三、中小企业与小微信贷战略定义解析
 - 1.一般银行定义
 - 2.问题与困惑
 - 3.战略视角
- 四、主要商业银行中小企业信贷发展比较
- 五、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

第二部分 中小企业信贷竞争力提升之一——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

第三部分 中小企业信贷竞争力提升之二——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

第四部分 中小企业信贷竞争力之三——线上线下结合

一、标准场景中的小微客群

（一）标准场景设置

1.客群特点

2.核心数据

3.核心风控措施

（二）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

二、非标准场景中的小微客群

（一）非标场景中客户画像

（二）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

三、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）

四、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）

五、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）

第五部分 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.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

第二模块 金融服务方案设计

第一部分 标准化金融服务方案设计

一、客群特征

1.客群来源

2.商业模式

3.盈利模式

二、要素设计

1.要素设计原则

2.要素设计符合客群特点

3.典型案例

① 标准化产品方案

② 权限内突破方案

三、实施步骤

1.实施原则

2.落地实施

第二部分 个性化金融服务方案设计与撰写

一、核心企业供应商金融服务方案

二、商圈小微客户金融服务方案

三、商会金融服务方案

四、互联网小微金融服务方案

五、现场讨论

第三部分 金融服务方案设计模拟