

# 课程名称：《银行消费金融产品的营销策略》

主讲：乐嘉琪老师 6课时

## 【课程背景】：

2016年年初国家出台《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》，《意见》明确，推动专业化消费金融组织发展，鼓励有条件的银行业金融机构围绕新消费领域设立特色专营机构、完善配套机制，推进消费金融公司设立常态化，鼓励消费金融公司针对细分市场提供特色服务。优化金融机构网点布局。鼓励银行业金融机构在批发市场、商贸中心、学校、景点等消费集中场所，通过新设或改造分支机构作为服务消费为主的特色网点，在财务资源、人力资源等方面给予适当倾斜。

基于市场的发展及政策的要求，各家银行纷纷抢滩消费金融领域，而消费金融业务也被誉为互联网金融的下一个风口。

【课程对象】：银行消费金融业务的相关从业人员

【授课方式】：引导、研讨、案例、视频分析、演练或练习

## 【课程目标】：

- 1、了解消费金融业务对银行的重要意义
- 2、了解消费金融业务的发展背景和目前市场的情况
- 3、掌握银行目前消费金融产品的类型和特点
- 4、掌握开展消费金融业务的营销策略

## 【课程大纲】：

### 一、中国消费金融的发展形势与趋势

1. 消费金融的定义
2. 中国消费金融市场的总体分析
3. 消费金融的利润来源及对银行的重要意义
4. 消费金融市场的政策解读：《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》、《消费金融公司试点管理办法》

5. 案例视频分析：浦发银行梦享贷、京东白条、宜信宜人贷
6. 消费金融市场的分类与对比：银行系、零售系、互联网系
7. 消费金融的三重属性：消费、金融、场景
8. 国家鼓励重点发展的六大领域

## 二、银行常见的消费金融产品的分析

1. 信用卡贷款：产品概述、贷款流程、风险管理
2. 汽车贷款：产品概述、贷款流程、风险管理
3. 教育贷款：产品概述、贷款流程、风险管理
4. 合作商户消费贷款：产品概述、贷款流程、风险管理
5. 合作线上平台消费贷款：产品概述、贷款流程、风险管理
6. 现金分期业务：产品概述、贷款流程、风险管理

## 三、消费金融产品营销营销模式

- 参、 学会两条腿走路：传统模式与新型模式结合
- 四、 传统模式之缘故市场：打造你的最强人脉圈（竹子理论）
- 伍、 练习 1：我的缘故清单
- 六、 传统模式之厅堂营销：一句话营销加交叉销售是制胜秘籍
- 七、 传统模式之厅堂延展：等待你的不是一顿简餐，而是满汉全席。
- 八、 视频分析：王小明的厅堂营销有哪些启示？
- 九、 传统营销之陌生拜访：打破心理魔咒，要想业绩好，就要冲冲冲！
- 壹零、 小组研讨：目前我们采用过哪些新的营销模式？
- 壹壹、 新型模式：从线上到线下，从线下到线上
- 壹贰、 线下新型模式之合作企业、商户渠道：团办的盛宴和固定进件的保证
- 壹叁、 线下新型模式之民生类渠道：需求类客户的圣地（商场、4S、家电家具卖场等）
- 壹肆、 线下新型模式之社区类渠道：让阿姨、叔叔都成为你的销售员
- 壹伍、 线下新型模式之有组织销售：用主题活动吸引目标客户（友邦保险的案例）
- 壹陆、 线下新型模式之同业异业交叉销售：让你的销售网络遍布天下
- 壹七、 线上新型模式之手机端营销：微信营销、WIFI 营销等
- 壹八、 线上新型模式之网络端营销：网络是客户资源收集的重要渠道

卷九、 练习 2：如何去开发一个新型渠道资源？（运用行动计划表设计一个线下、一个线上的渠道开发方案）

#### **四、消费金融产品营销经典案例分析**

1. 厅堂营销渠道案例分析
2. 小组研讨及讲师点评：厅堂营销的关键点
3. 商场营销（樱花日语）案例分析
4. 小组研讨及讲师点评：超市营销的关键点
5. 合作企业（永达 4S 店）渠道案例分析
6. 小组研讨及讲师点评：合作企业渠道营销的关键点
7. 线上合作（周生生旗舰店）渠道案例分享
8. 小组研讨及讲师点评：线上合作渠道的关键点
9. 微信营销案例分析
10. 小组研讨及讲师点评：微信营销的关键点

#### **六、总结与回顾**

- 1、总结与回顾：营销顺口溜《人人都是营销大使》
- 2、训后跟踪“三个一”：一次汇报、一次分享、一份计划