

【个人信贷业务营销技巧】

【课程背景】

目前商业银行的盈利模式基本是以“存贷息差”获利为主，由于新的金融意识形态的出现，银行的信贷媒介作用逐渐被弱化；加置利率市场化的推波助澜，同业之间的价格战日益加剧；受经济环境下行的影响，消费者和经营者普遍信心不足，表现出来的信贷需求不再像以前那样旺盛；社会信用环境差，银行客户经理在风险高位下，不敢盲目放贷，甚至一度出现“惜贷、惧贷、据贷”等现象；导致银行“放贷难”，利润呈断崖式下降。

农村商业银行定位“中小”和“三农”，是农村金融的中坚力量。由于中小企业客户和三农客户的经营管理不够规范，抵御市场风险的能力较弱，是各家涉足该领域的商业银行亟待破局的难题。在如此严峻的环境中，个人消费金融成为重要的市场突破口。曾几时，个人消费金融也被誉为下一个风口。发力个人消费金融是农村商业银行改善市场疲软的重要手段。本课程是为农村商业银行客户经理定制开发，课程特色是**思有方向、做有方法、用有工具**，基本涵盖了农村商业银行个人信贷业务的**道、法、术、器**！具有较强的实战性与实操性。重点帮助农村商业银行客户经理提升个人信贷业务的营销方法和技巧。

【培训对象】

信贷客户经理

【培训用时】

2天（12小时）

【课程目标】

- 提升客户经理住房贷款营销技巧；
- 提升客户经理个人消费贷款营销技巧；
- 提升客户经理个人经营性贷款营销技巧；
- 提升客户经理营销成功率；
- 全面提升客户经理综合素养与工作效能，

【授课方式】

互动授课、分组讨论、案例分析、课堂练习、实战演练

【课程大纲】

第一部分 基础篇——个人贷款营销概述

一、个人信贷业务经营环境分析

- 1、互联网金融让传统银行茫然无所适从
- 2、结付脱媒让客户信息流成无根之水
- 3、高额信用卡极力压缩个人信贷市场
- 4、农信社个人信贷业务优势重树
- 5、个人信贷业务优质目标客户定位
- 6、个人信贷业务营销流程
- 7、案例分析：工商银行黑金信用卡
- 8、案例分析：互联网金融个人融资平台

二、个人信贷业务发展趋势解析

- 1、由单一用途向综合型信贷转变
- 2、由存贷分离向多维度需求转变
- 3、由被动响应式服务向主动营销转变
- 4、由粗放式营销向均衡发展转变
- 5、由单一获客向批量化营销转变

三、信贷客户经理的工作内容和职责

- 1、信贷客户经理的角色认知
- 2、信贷客户经理必备的素养
- 3、信贷客户经理成长的三个阶段

第二部分 营销篇——个人信贷业务营销实战技巧

一、住房贷款营销“一二三四”原则

- 1、一个优势展示
- 2、两个信息获取渠道
- 3、三个关键人员公关
- 4、四个关键时间节点
- 5、二手楼盘的推广

二、汽车消费金融

- 1、汽车供应链金融
- 2、汽车生产商的“变态”营销
- 3、汽车经销商的困惑与烦恼
- 4、汽车经销商的获利新玩法

- 5、汽车经销商选择合作银行的重要因素
- 6、汽车金融一条龙服务
- 7、与汽车经销商合作的禁忌
- 8、案例分享：被汽车经销商推崇的建行模式

三、农村个人消费贷款的营销

- 1、家装消费贷款
- 2、购买家电消费贷款
- 3、助学贷款
- 4、就医贷款
- 5、婚丧嫁娶消费贷款
- 6、案例：安徽阜阳地区农商行“金婚贷”

四、个人经营性贷款营销技巧

- 1、个体工商户营销技巧
- 2、小微企业客户营销技巧
- 3、特色种养殖户营销技巧
- 4、涉农企业营销技巧
- 5、案例：光大银行与大北农的战略合作
- 6、案例：浙江金华火腿与农商行的合作

五、“新三农”信贷投向

- 1、“三农”市场信息收集与分析
- 2、案例：海南、田东、路桥、药都农商行客户信息库的建立
- 3、“三农”信贷客户选择的三大原则
- 4、“三农”信贷业务市场分布散点图
- 5、“三农”信贷市场热点区域
- 6、“三农”信贷业务爆点预测
- 7、案例：“大地主”的融资之路
- 8、小组讨论：寻找你的信贷业务的“香饽饽”

六、“三农”信贷业务营销实战技巧

- 1、如何推动和切入当地“三农”产业基金
- 2、如何充当农村新经济体的金融排头兵
- 3、如何主动融入当地“三农”经济特色

- 4、如何寻求政府等机构支撑
- 5、如何拓展“三农”产业链集群客户
- 6、如何促进农机、农资多方合作平台
- 7、如何借助合作社等机构实现批量获客
- 8、如何发挥“信用村”的营销效能
- 9、如何寻找农村“致富能手”等优质客户
- 10、如何通过增信手段提升单个客户贡献度

第三部分 课程回顾、总结与现场答疑
