

## 【批量获取优质小微客户营销策略】

### 【课程背景】

面对金融脱媒和利率市场化的不断深化，导致优质的大型企业客户被分流，且银行与大型企业的议价能力越来越弱，银行的获利空间进一步被压缩。大力拓展小企业客户是各银行加快业务经营转型、优化调整客户结构、培育新的业务增长点的迫切要求和必然途径。

小企业客户由于经营和管理不够规范、同时小企业的金融需求具有“规模小、周期短、业务急”的特点，且存在“风险系数高、开发成本高、获取企业信息难”两高一难的问题，因此利用大数法则批量获取小企业客户成为商业银行小企业业务发展的唯一突破口。

### 【培训对象】

小企业客户经理、团队长、产品经理、营销管理人员

### 【培训用时】

2天(12小时)

### 【课程目标】

- 掌握批量获取小企业的四种策略；
- 了解如何进行批量获取小企业客户营销方案设计；
- 通过批量获取小企业客户，从而降低小企业客户的开发成本；
- 通过批量获取小企业客户，实现银行业绩和产能的倍增规模效应。

### 【课程特色】

**实战性强：**本课程中涉及的案例均是授课老师通过实践操作，且取得了较好业绩成果。对学员有较强的启发性和借鉴意义；

**前瞻性强：**课程中所讲授的方法和技巧均为小企业业务发展的最为前沿的先进理念，并结合当前小企业业务经营环境，因此具有较强的前瞻性；

**落地性强：**课程中讲授的理论知识均是通过项目操作整理所得，从实践中出、到实践中去，大大降低了学员的知识转化技能的难度。

### 【授课方式】

游戏、互动授课、分组讨论、案例分析、课堂练习、实战演练

### 【课程大纲】

#### 一、小企业业务经营理念

- 1、如何应对两高一难
- 2、批量开发小企业客户的必要性
- 3、小企业业务的六个集中
- 4、批量获客营销组织构建

## **二、批量开发小企业客户流程**

- 1、确定目标市场
- 2、制订批量营销计划
- 3、行业或项目分析
- 4、产品组合和开发
- 5、批量营销的组织和实施

## **三、商圈批量获客营销模式**

- 1、商圈企业的主要风险
- 2、目标商圈选择
- 3、批量营销模式选择
- 4、银行“商圈”营销要点
- 5、商圈客户的一般共性需求分析
- 6、商圈客户的营销拜访流程六部曲
- 7、商户老板的沟通策略技巧
- 8、如何向商户推荐我行优势产品：POS，信贷等业务
- 9、案例：XX 商城商户批量开发

## **四、园区批量获客营销模式**

- 1、园区企业金融需求分析：信贷类切入，代发工资切入，异业联盟切入等
- 2、园区企业的拜访模式：陌生拜访，电话邀约，托人邀请，集中营销等
- 3、如何寻求园区管理三方合作
- 4、如何推动三方风险协管
- 5、案例：某行物流园基金方案

## **五、行业集群客户批量获客营销模式**

- 1、行业金融模式的适用性
- 2、行业金融模式策略指引

3、案例1：政府采购融资方案

4、案例2：轮胎行业金服方案

## **六、供应链金融批量获客营销模式**

1、动产质押融资模式

2、应收账款融资模式

3、保兑仓融资模式

4、供应链金融平台案例借鉴

5、案例1：某行汽车供应链金融服务方案

6、案例2：特供渠道仓储供应链金融服务方案

## **七、批量开发小企业客户实战案例**

1、案例一：政府与机构渠道

2、案例二：商业渠道

3、案例三：开发园区与科技园区

4、案例四：商品交易市场

5、案例五：产业链金融

6、案例六：区域产业集群

7、案例七：当地优势与特色行业

## **八、课程回顾与总结、现场答疑**