

# 《中小企业普惠金融产品营销创新提升》

——银行服务营销专家 汪含老师主讲

**【课程对象】**：银行网点负责人、支行客户经理、业务部主任

**【课程时间】**：实战版 1 天

**【课程大纲】**：

## 一、普惠金融业务重点

- 1、单户授信 500 万元以下对公客户贷款增量
- 2、单户授信 1000 万元以下对公客户小微贷款
- 3、行标小微客户数

## 二、客户需要什么--目标客户需求分析

(一) 发现新的营销机会：客户的资金流必然是链式流动的

采购类客户需求分析

销售类客户需求分析

理财类客户需求分析

融资类客户需求分析

资金管理类客户需求分析

案例：家电行业 1+N 解决方案--杭州分行菜鸟物流+SP 案例

汽车行业 1+N 解决方案—交通银行广汽智慧汽车方案

(二) 发现新的风控手段：ERP 系统实时把握企业动态

案例：建筑装饰行业新供应链金融业务—中建云筑网

民生银行深圳全药网方案

## 1、反向保理——链式营销打开中小企业突破口

- 央行 2017 年 11 月发布修订后的《应收账款质押登记办法》深层次解读业务机会
- 评价供应链质量的五维模型：大产业、弱上下游、强控制力、低成本与高杠杆、标准化

## 2、加强渠道建设，重点支持与国有背景担保公司的合作

案例：江苏省XX市“加工贸易企业风险资金池”助企业解困

### 3、项目营销 保险助力

案例：某制造业“应收账款池管理+银保融易贷”模式

#### 三、精确市场定位 - 供应链目标客户识别与需求分析

- 目标客户三要素
- 目标至上——客户梳理与分析
- 火眼金睛——客户的分类与识别

批量开发--特定客户群开发策略

旅游路路通-为旅游相关行业企业铺垫便捷通畅的融资之路

大宗商品、行业或区域龙头、行业信息化服务商、电商平台、专业市场等五大领域是供应链金融的沃土。

思路一：政府与机构渠道

案例 1：中银集采通宝-面向政府采购供应商

思路二：商业渠道

案例 2：深圳分行-二维码收单业务对现金管理“母实子虚”账户的支持

思路三：开发园区与科技园区

案例 3：杭州银行——XX 高新技术园的投连贷业务

思路四：商品交易市场

案例 4：XX 分行——XX 小商品市场批量授信案例

思路五：产业链金融

案例 5——某超市供应商批量开发案例

思路六：县域产业集群

案例 6：XX 分行——苏南地区消费电子行业开发规划案例

#### 四、如何去从行业分析中挖掘产业链批量导入业务机遇

- 目标客户定位
  - 聚焦消费性行业，重点营销以国内需求拉动、弱经济周期、与衣食住行密切相关的消费性行业（物流仓储、医药、3C电子、贸易商等行业）
  - 应遵循的客户选择标准
  - 目标客户群以“一圈一链一区”为主。
    - 1、从企业报表中发现商机
    - 2、某大型制造企业整体开发案例
    - 3、某超市供应商批量开发案例
    - 4、某小家电制造商批量开发案例
    - 5、某商贸集团公司链式营销案例

## 五：示例-供应链融资通常嵌入的常规授信产品

- 银行承兑汇票如何嵌入供应链融资
- 票据三套餐——拉存款大法
- 商业承兑汇票如何嵌入供应链融资
- 保函业务如何嵌入供应链融资
- 国内信用证如何嵌入供应链融资

## 六、整体风险点的把握-关键点控制

- 风险点在哪儿——物流
- 内外勾结的仓储
- 风险点在哪儿——现金流
- 中行融信达案例出现重大风险的原因
- 人情业务造成的隐患