

# 银行营销课程

## 《小微信贷渠道建设与批量获客》

主讲：刘俊老师

### 课程背景：

在利率市场化、金融脱媒、互联网金融迅猛发展的背景下，商业银行生存、发展受到巨大挑战。在此背景下，国内商业银行纷纷推动战略转型，将小微信贷业务作为重点战略选择。面临新的形势，如何看待银行的零售化转型，如何找准小微客户需求脉搏，如何深挖存量客户资源，如何拓宽小微信贷业务获客渠道，保持小微信贷业务稳定发展甚至是跨越式发展？

本课程通过理论分析及实践案例的分析，为商业银行小微客户经理营销以及深度挖掘客户需求提供有价值的指导。并通过客户经理实际案例分析，指导客户经理获客与客户转介，提升小微信贷实战营销技能。

**课程时间：**1天，6小时/天

**课程对象：**信贷客户经理，信贷条线人员、网点人员等

### 课程收益：

- 通过学习，掌握整村授信的流程和执行方法
- 通过学习，掌握交叉营销的策略和技巧
- 通过学习，获得一支能外出开展“整村授信”业务的队伍

### 课程特色：

- **实战性：**简单适用的工具与方法，避免复杂费解的理论，有助于学员用于实际工作
- **互动性：**课程中互动式教学、案例分析、学员演练，有助于学员理解
- **创新性：**以创新思维理念和系统思考方法进行问题分析，突破思维习惯，提升工作效率

### 课程大纲

#### 第一讲：新形势下小微信贷业务发展解读

##### 一、新形势下银行面临冲击

**讲解：**银行零售化转型对个人零售产品营销的影响及未来的思考

##### 二、细分市场与定位

**讲解：**产品标准化、细分目标客户与市场定位

#### 第二讲：小微信贷商业地图和竞争力分析

##### 一、商圈地图之经济概况

- 1、本地小微企业、个体工商户、种养殖户情况
- 2、本地目标客户区域分布
- 3、目标客户资金规律、融资渠道
- 4、专业市场与商户概况

**头脑风暴：**即时研讨，信息共享

##### 二、商圈地图之同业情报

- 1、本地小微信贷同业机构及市场渗透情况
- 2、同业小微信贷品种及其政策
- 3、同业小微信贷品种优势与劣势

**头脑风暴：**即时研讨，信息共享

##### 三、我行产品区域竞争力分析

- 1、我行小微信贷产品树状图
- 2、我行主打小微信贷产品的政策和优势
- 3、成功故事路演

**课堂路演：**即时梳理，精准呈现

#### **四、营销策略和目标管理**

- 1、市场细分策略和渠道策略
- 2、精准目标
- 3、计划行动与行动计划

**课堂路演：**达成目标共识，形成行动计划

### **第三讲：渠道开发与批量获客**

#### **一、外拓获客**

- 1、二扫五进深耕模式
- 2、井田制市场管理
- 3、专业市场开发与准备

#### **二、渠道模式**

**案例分析：**鸿星尔克/娃哈哈的市场占有率怎么来的？

#### **2、渠道模式**

**讲解：**多贷款渠道模式

- 3、渠道方
- 4、渠道管理

#### **三、信贷产品推介会**

- 1、为什么要做产品推介会
- 2、推介会市场开拓方向
- 3、推介会流程

**讲解：**名单准备-信息准备-物料准备-过程准备-互动-活动设计-产品植入-收尾

- 4、推介会关键人关系与处理
- 5、推介会的现场识别与三三原则

**讲解：**吸引客户-识别客户-锁定客户

- 6、识别客户的微表情和肢体动作
- 7、推介会强关系与弱关系处理法则
- 8、推介会主讲人六项注意事项
- 9、会后跟进

**演练：**如何做好一场产品推荐会

### **第四讲：经典营销技能演练**

#### **一、主要获客手法**

- 1、存量客户挖潜
- 2、缘故法
- 3、转介绍（老带新）-生态银行解析

**重点分析：**转介绍的营销方法

- 4、沙龙路演
- 5、陌拜法

**情景演练：**如何进行陌生拜访

#### **二、成功营销六部曲**

**讲解：**挖掘需求、产品呈现、异议处理、关单成交、赞美决定、请求转介

#### **三、客情关系维护技巧**

- 1、客户忠诚度的含义
- 2、三大维度处理客情关系

3、情感维护、交叉销售、增值服务提升客情关系

4、三个服务级别提升客情关系

**讲解：**把份内的服务做好-把分外的服务做足-把超乎想象的服务做精