

普惠小微企业信贷营销技能提升及赋能实施策略

主讲人：丁华老师

课程对象：网点负责人、对公客户经理

授课方式：集中讲授、案例分享、小组研讨、工具运用讲解等

授课时长：1天（6小时）

课程大纲：

一、市场环境及银行对公普惠业务营销中的困境或难点解析

- ✓ 政策、疫情及区域市场产业结构的调整
- ✓ 找不到客户、不了解客户、产品没有优势等五大问题解析
- ✓ 营销人员观念转变——四个转变一个回归

思考及小组研讨：银行除了帮助中小企业客户解决结算与融资的需求外，还能做什么？

二、普惠信贷目标客户开发及营销策略

- ✓ 普惠目标客户如何界定？
- ✓ 如何寻找目标客户？
——存量核心企业供应商、产业园区、行业协会等
- ✓ 普惠客户所属行业分析及风险把控（行业发展趋势、企业客户经营痛点、财务分析等）
- ✓ “开源节流-资源赋能”的营销策略制定与实施

三、对公客户需求分析与解析

- ✓ 如何收集目标客户经营信息？
- ✓ 企业经营信息分析与商机研判技能
- ✓ 企业五大核心需求与需求问题集

案例解析：对某冷链物流公司进行有效拜访，剖析企业五大核心需求，实现500万融资营销

小组研讨：“一位40岁的男性且是一家资产过千万的企业老板”的需求解析

四、普惠企业客户关键人拜访营销实施技能

- ✓ 对公客户经理营销工具运用解析——每个工具运用侧重点，提高了解客户的效率
- ✓ 普惠产品营销解析（目标客户、产品呈现、营销中异议的处理）
 - 纳税 e 贷、微捷贷等产品
- ✓ 如何电话约访提升与关键人的见面成功率？

小组研讨及情景演练：

1. 针对贸易型的普惠类客户如何开展电话邀约/约访？
 2. 针对生产制造型客户如何开展电话邀约/约访？
 3. 针对园区科技型客户（初创期-发展期）的客户如何开展电话邀约/约访？
- ✓ 企业关键人核心谈资解析
 - ✓ 客户拜访过程中的商务礼仪
 - ✓ 与企业关键人拜访实施流程
 - ✓ 与企业关键人见面三层意思的表达

小组研讨及情景演练：如何对区域口腔连锁企业进行有效拜访及营销实施？

案例 1：某某智能科技有限公司客户拜访营销案例分享

案例 2：某核心企业供应链融资营销案例分享

案例 3：某产业园区客户批量营销案例分享

- ✓ 如何为一线人员进行营销赋能？
1. 营销信心（谈资、帮客户解决问题）
 2. 行业客户案例
 3. 营销思路及方法

五、课程小结及回顾、现场答疑