

信贷精准营销模式与技巧提升

【课程背景】

信贷市场经过三年疫情的“洗礼”，延缓了经济发展速度。消费者和经营者都以“求稳”的态度对待当前的形式。许多企业，扩产的立项取消了、在建的项目停止了、消费者的消费行为也“精打细算”开支缩减了，众商家的经营因“降成本”而缩减规模，或者提前还贷。。。等等行为。在宏观层面，对信贷市场的营销带来了非常大的阻力，尤其作为银行的信贷客户经理，面对充满“哀鸿遍野”的市场影响，自身营销信心备受打击。

作为疫情的后时代，百废待兴，如何抓住商机，快速抢占市场，站稳市场，作为农村市场的金融主力军-农商行，更应该树立“农区市场寸土不让、城区市场错位竞争”的差异化营销思维，快速形成对两区市场的营销定位，采用批量营销的模式，迅速两区市场开展快速营销。

【课程收益】

- 锻炼营销队伍；培育，激发团队活力，助力团队整体业绩倍增；
- 如何有效实开拓商贸客群

- 根据网点情况帮助网点制定商户开发的营销策略
- 通过理论学习，转变传统营销思想，学习一对多批量营销模式；
- 掌握一项针对存量优秀客户的裂变营销流程；

【课程时间】

2天

【培训对象】 支行行长、网点主任、客户经理

【课程大纲】

第一部分：城区市场开发难点解析

- ◆ 客群不精准
- ◆ 宣传不到位
- ◆ 产品无爆点
- ◆ 斗性不激发
- ◆ 管控不到位
- ◆ 技能不达标

第二部分：信贷产能来源的渠道解析

- ◆ 存量提升
- ◆ 空白新增
- ◆ 离行挽留

第三部分：存量客群信贷深耕实战技巧

一、精准营销的四定原则

- 定客群

- 定产品
- 定方案
- 定执行

二、存量综合营销五大客群

- 存量信贷客群
- 存量聚合支付有效户
- 存量有效对公户
- 存量优质存款客户
- 存量有效手机银行客户

三、存量客群“优客带新”实战技巧

- 客户邀约三部曲
- 电话营销前六定
- 电话营销话术梳理
- 情景演练与点评

2、精准走访技巧

- 营销准备
- 电话预热
- 建立信任
- 产品推荐
- 拒绝处理
- 以客带客

3、沙龙营销实战技巧

- 会前准备充分

- 会中有趣有料
- 会后及时跟进

四、社群批量营销执行落地策略

1、社群客群宣讲营销氛围营造

- 如何预热会议前的气氛
- 如何布置会场
- 如何选择会议音乐
- 如何进行组织分工与站位

2、社群客群宣讲流程设计

- 宣讲前准备
- 开场破冰
- 主题导入
- 后期跟踪

3、社群客群精准营销现场促单技巧

- 如何趁热打铁促成销售
- 如何欲擒故纵促成销售
- 如何调虎离山促成销售
- 如何反客为主促成销售
- 如何声东击西促成销售
-

4、社群客群营销会后跟进与转化技巧

- 如何进行电话回访

- 如何进行二次邀约
- 如何维护客户关系
- 如何处理顾客异议

演练：社群客群精准营销模拟演练

第四部分：农区精准营销：发掘农商行营销的“蓝海”

1、农区精准营销：从“坐以待币”到“主动营销”

- 空心村问题如何解决？如何用时间换空间？
- 授信多、用信少根本原因是什么？如何用信激活？
- 整村授信已经做了多次，基层员工不愿意干怎么办？

2、农区精准营销的关键要素

- 农区精准营销前中后落地方法与技巧等
- 农区精准营销全流程及核心关键点
- 农区精准营销话术及情景模拟
- 农区精准营销活动方案与转化落单

核心理念：农区精准营销的“三个关键”

1、明定位：

客群分类、精准营销

2、精营销：

核心动作——五个一，达到农区五大核心客群精准覆盖。

3、提质效：

用信激活、多产组合交叉营销，提高单个客户贡献度。

第五部分：标准流程：农区精准营销“五步法”

1、农区精准营销第一步：营销准备

- 村组对接
- 客群准备
- 物料准备

- 人员分工

- 全流程营销技能准备

2、农区精准营销第二步：方案制定

- 产品方案

- 活动方案

- 宣传方案

3、农区精准营销第三步：

立体式，全方位宣传体系建立与告知

4、农区精准营销第四步：

一对多批量营销集中引爆

5、农区精准营销第五步：

黄金时间跟进策略制定与维护落单

6、过程管理：农区精准营销“四化建设”

1、技能提升日常化

2、客户管理精细化

3、客户活动常态化

4、成交转化持续化

【老师介绍】

高峰老师 存贷一体化营销实战专家

整村授信+用信·效能提升·一行一策·存贷营销·技能教练

常驻地：西安

【资历背景】

- ◇ 国家注册高级营销师
- ◇ 银行网点效能提升实战教练
- ◇ 14年银行零售个金条线培训辅导经验
- ◇ 担任12家银行全年营销咨询与方案策划
- ◇ “深耕三农 360 闭环营销”模式研发人
- ◇ “网点效能提升”教练共创工作坊研发人
- ◇ “3S4P”-网点阵地营销模式研发人
- ◇ 普惠金融服务点2站建设与运营模式研发人

曾任：

- ◇ 曾任职中国建设银行、中国平安金融集团

【课程特色】

- ◇ 有料：十余年的培训和咨询经历，常年担任多家银行营销顾问，专注服务于金融行业，积累了丰富的实战经验与经典案例。
- ◇ 有趣：授课紧扣成人的学习特点，兴趣引爆，运用行业实际案例，融会贯通，深剖细解，循循善诱，深刻的道理简单说、抽象的道理举例说。
- ◇ 有效：课程通俗易懂，内容深入浅出，以结果为导向，紧贴实际，代入感强，追求实用、适用为目标，效果落地为宗旨

【主讲课程】

- 《2023 存贷一体开门红™》



- 《整村授信+用信》
- 《网点效能提升 268 经营策略》
- 《存贷一体营销》
- 《3S4P 厅堂掘金营销》
- 《普惠金融服务站》
- 《扛起责任 奋进力量》

其他存贷一体、营销领域相关辐射课题老师可以根据客户需求定制

【授课风格】

坚持道与术、渔与鱼、底层逻辑与营销技巧并驾齐驱的教学宗旨，秉承理念导入促进行为改变，由“要我做”向“我要做”转化的促学目标，实现“转理念、提技能、促产能”的学习成果！

【服务客户】

北京农商行、四川某农商行、山东某农商行、内蒙古某农商行、四川某邮储、交通银行、湖北某农商行、贵州某农商行、四川某联社、内蒙古某农商行、陕西某农商行、福建农行、河北某城商行、河南某农商行、河北某城商行、湖北某农商行、贵州审计中心、山西某农商行、辽宁省联社等各地区农信系统……

【培训案例】

近期部分课程培训案例：

- 2021 年 2 月，河南某农商行《开门红》，项目周期 15 天，参与人数 80 人
- 2021 年 3 月，山东某农商行《开门红》，项目周期 15 天，参与人数 100 人
- 2021 年 4 月，辽宁某农商行《整村授信+用信》，项目周期 3 个月。
- 2021 年 6 月，四川某农商行《整村授信+用心》项目周期 7 天
- 2021 年 7 月，山西某农商行《整村授信+用信》，项目周期 18 天
- 2021 年 8 月，四川某农商行，《农区信贷营销》，项目周期 10 天
- 2021 年 9 月，北京某农商行《厅堂“3S4P”营销》，项目周期 10 天
- 2021 年 10 月，河北某邮储银行《信用村建设》，项目周期 8 天
- 2021 年 11 月，四川某农商行，《整群用信信贷营销》，项目周期 17 天
- 2022 年 5 月，辽宁某农商行，《信贷营销》，项目周期 15 天
- 2022 年 6 月，沈阳某农商行，《深耕三农信贷营销》大课
- 2022 年 9 月，山东某农商行，《整村授信》项目周期 3 个月
- 2022 年 11 月，山西某农商行，《开门红顶层设计》2 天 1 晚

近期部分项目案例展示：

1、四川某农商行--农区信贷营销



项目初始，困难重重，一线支行认为农村没有市场，没有需求，营销都是走形式，溜过场。经过银销帮团队手把手教授、面对面陪练，掌握了农区营销全流程，**小额农贷占比贷款总额从0.91%提升到6%!**

@高峰 版权所有 严禁复制

2、北京农商银行-厅堂“3S4P”营销



3、辽宁省联社支行长实战训练版第1期

4天：授信6229万，放款152户，实际用信1883.6万

@高峰 尊重版权 严禁复制

小组	支行名	座谈人数	意向客户 (单位：户)	已授信未用信 (单位：户)	预约贷款金额 (单位：万)	已放款（单 位：户）	实际用信金额 (单位：万)	得分	排名
十组	长山支行	139	102	34	360	15	94	2790	3
一组	北井子支行	141	117	21	450	11	141.1	2350	6
二组	合隆支行	147	114	31	230	26	150.4	3370	2
三组	黄土坎支行	110	80	20	624	12	180	2000	7
七组	十字街支行	88	76	20	480	11	165.1	1910	8
四组	龙王庙支行	105	83	15	685	3	26	1430	10
五组	菩萨庙支行	130	107	30	260	29	153	3420	1
六组	前阳支行	87	68	24	480	23	315	2550	5
八组	新城	137	109	31	420	13	515	2670	4
九组	新农支行	79	77	21	2240	9	144	1850	9
总计		1163	933	247	6229	152	1883.6	24340	

创新实战营销培训助力高质量转型发展-全省第一期农商行支行长实战训练营圆满收官

辽宁省农村信用社联社 4月14日



为提升全系统业务营销水平，夯实高质量转型发展基础，通过深入市场调研和

长期周密筹备，4月6日，省联社集结全省优秀支行长，创新开展系列实战营销培训，“掘金”东港市场。来自全省23家农商行的50名优秀支行长，11名客户经理和13名省级内训师参训。通过4天实战，累计座谈营销1163人，总意向客户933人，授信人数247户，预约贷款金额6229万元，已投放贷款152户，实际用信金额1883.6万元。意向客户转化率80.2%，授信户数转化率26.5%，实际用信转化率61.5%，户均意向贷款金额6.67万，户均用信金额12.39万。外部师资队伍表示，在过往开展的全

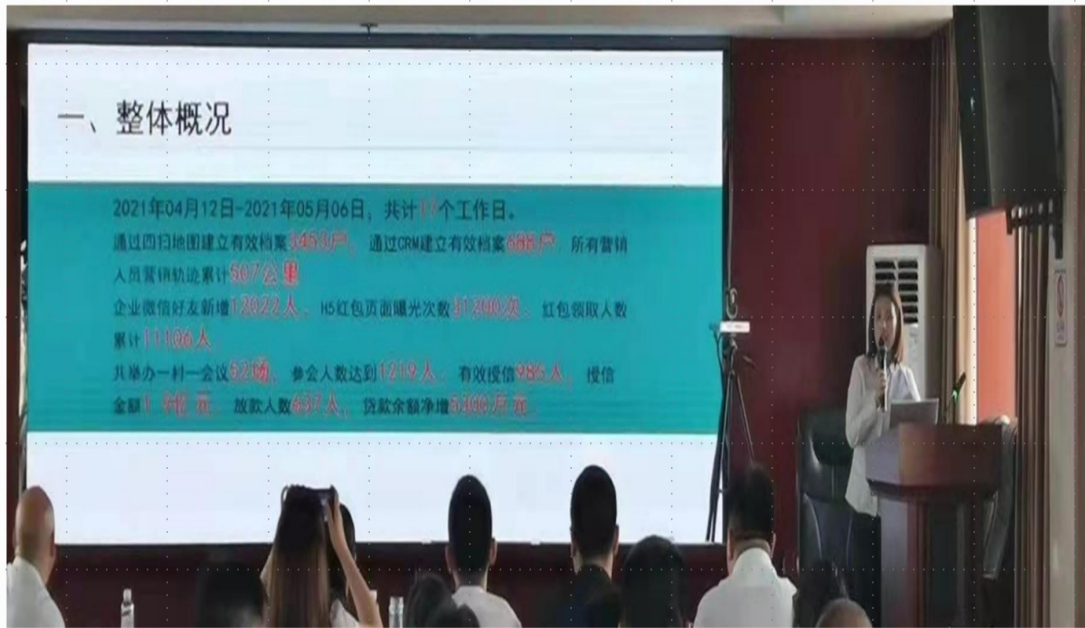
4、辽宁省联社支行长实战训练版第2期

4天：授信8220万，放款101户，实际用信1902.2万

@高峰 尊重版权 严禁复制

小组	支行名	座谈人数	意向客户 (单位：户)	已授信未用信 (单位：户)	预约贷款金额 (单位：万)	已放款（单 位：户）	实际用信金额 (单位：万)	得分	排名
一组	东尖山支行	126	55	31	1240	24	215.2	2680	1
二组	凤城支行	176	109	8	1010	4	89	1530	8
三组	孤山支行	94	60	18	525	12	187	1740	6
四组	黑沟支行	102	94	10	570	5	100	1490	9
五组	马家店支行	120	73	18	830	7	50	1620	7
六组	马家岗支行	140	55	25	660	9	184	1750	5
七组	小甸子支行	133	85	25	785	10	192	2100	3
八组	新立支行	106	34	4	260	3	30	610	10
九组	椅圈支行	124	75	16	610	15	335	1980	4
十组	长安支行	115	106	20	1730	12	520	2260	2
总计		1236	746	175	8220	101	1902.2	17760	

5、四川某农商行-整群用信信贷营销



**17天，授信985人、授信金额1.92亿、
用信637人、贷款余额净增5300万**

@高峰 尊重版权 严禁复制



● 2020年开门红实操案例1——四川某县联社

2020 一季度开门红个人存款目标 18 亿，实际完成 21.3 亿，2020 年 1 月底已超额完成全部任务，完成目标的 118%，首次体系化的顶层设计与落地执行细节、首次打造本行督训师团队、首次全省综合排名进入前十。

- **2020 年开门红实操案例 2——四川某县联社**

截止 3 月 31 日，存款余额 100 亿元，较年初净增 11 亿元，同比多净增 2.76 亿元，贷款余额（不含贴现）41.58 亿元，较年初净增 3.66 亿元，同比多净增 0.65 亿元；首次体系化的顶层设计与落地执行细节、首次打造本行督训师团队、首次全省综合排名第十。

- **2020 年开门红实操案例 3——四川某县联社**

截至 2 月 29 日，该社各项存款余额净增 10.85 亿元，首次“开门红”存款净增额突破 10 亿元大关，其中：个人存款余额净增 9.44 亿元，完成省联社下达目标任务的 141.28%，暂居全系统第 8 位；对公存款余额净增 1.41 亿元，完成省联社下达目标任务的 125.12%；个人贷款余额净增 1.25 亿元，完成省联社下达目标任务的 113.58%，一季度结束后，历史首次全省综合排名第七名。

- **2020 年开门红实操案例 4——内蒙古某农商行**

2020 年开门红期间实现存款新增 8.6 亿，全辖 32 家网点中 30 家超额完成了必保目标，完成最好的网点为必保目标的 437%。

- **2019 年开门红实操案例——陕西某农商行**

陕西某农商行 2019 年开门红新增存款 12.5 亿，一季度目标 9.5 亿，目标完成率 131%，在对公大幅下降的情况下，储蓄存款增长明显，实现业绩

倍增

【项目剪影】

