

# 银行信贷市场开发培训辅导项目

## 2 天大课培训+实战辅导

### 课程背景：

在国家乡村振兴的大背景下，银行系统都加大了对实体经济的支持力度，信贷营销也成为了各家银行日常工作的重中之重。信贷环境的变化，使得银行信贷营销的竞争异常激烈；客户需求的变化，对客户经理营销技能提出了更高的要求；互联网金融的快速发展，更进一步使得银行信贷市场开发迫在眉睫。那么如何能够使得客户经理团队变被动营销为主动营销，掌握信贷市场开发技巧，提升营销业绩？本次课程将会为您一一揭晓。

### 课程收益：

- 1、了解银行面临的宏观形势变化，理解当前信贷政策变化；
- 2、掌握针对不同客群的市场开发流程，客户开发技巧；
- 3、掌握不同客群外拓营销工具及流程，将外拓营销变成常态化营销方式；
- 4、掌握如何精准分析目标客户资源，快速响应市场，实现区域内客户的精耕细作；
- 5、建立客户信息档案，深度挖掘客户需求，做好综合营销，为客户提供一揽子服务方案，提升营销业绩
- 6、掌握针对存量客户与休眠客户的盘活维护技巧，提升营销成功率。

**培训对象：**银行支行行长/客户经理/大堂经理

**课程时长：**2 天，6 小时/天。实战辅导。

# 课程大纲：

## 第一部分：银行面临的内外部环境变化

### 一、银行面临的国内宏观环境变化

#### 1、外部形势复杂严峻

- 政府政策导向
- 经济新常态
- 内外部竞争的加剧
- 客户需求的变化
- 互联网金融的冲击

#### 2、内部困境急需突破，要求转型

- 客户基础薄弱，营销实力有待加强
- 产品业务结构单一，创新能力欠缺
- 营销观念有待转变，营销技能有待提升
- 营销主动性有待强化，营销实践性不足

## 第二部分：客户经理核心客群营销技能提升

### 一、客户经理市场开发“七步法”

- 第一步：目标客户梳理与分析
- 第二步：客群分类
- 第三步：客群痛点分析
- 第四步：爆点产品开发
- 第五步：精准化营销
- 第六步：目标及计划执行
- 第七步：定期复盘总结

### 二、商圈客户群综合营销实战营销策略

#### （一）商圈客户外拓营销流程

#### 1、客户经理目标客户区域划分

#### 2、商圈客户常见四大类型

- 沿街优质店铺客户
- 专业及批发市场客户

- 商业街及办公楼客户
- 特色产业客户等

### 3、商圈客户常见需求分析

- 主要资金来源
- 主要资金流向
- 个商客户金融需求分析

### 4、商圈客户营销策略分析

- 以结算产品为突破口，分责任片区，定期开展进商圈活动
- 全面分析各类小微客户的金融需求情况，加强各项业务的交叉销售
- 与商圈管理方或商会合作，通过管理方或商会进行商户集中金融服务
- 建立定期回访和拜访商户的制度和详细计划
- 搭建共享平台，促进客户之间进行信息交流和互换，从而实现资源共享

### 5、商圈客户每日营销复盘及绘制网格化营销地图

- 每日营销复盘要点
- 绘制管辖片区网格化营销地图

### 6、针对走访建档客户分类管理

- 重点跟进客户
- 定期回访客户
- 培植发展客户
- 一般关注客户

### 7、重点客户跟进计划及营销促成

## (二) 商圈客户外拓营销话术

- 1、前期准备
- 2、寒暄导入
- 3、建立亲和感
- 4、需求挖掘引导
- 5、产品呈现
- 6、异议处理
- 7、促成合作
- 8、后期跟进

## 三、农村客户群信用村建设实战营销策略

(一) 什么是信用村建设

(二) 信用村建设的前因后果

(三) 信用村建设“三定”

1、定区域、定重点、定督导；

2、定员、定岗、定责；

3、定目标、定计划、定考核。

(四) 信用村建设基本流程梳理

1、目标村的选取

2、村两委对接

3、信用村推进常见方式

4、入户评定信用户前期准备

5、农户重点客户需求分析

6、农户入户走访及建档

7、信用户评定

8、客户分类管理

9、信用户公示

10、信用村授牌仪式及信用户挂牌

11、重点客户跟进营销

#### **四、存量及睡眠客户电话营销策略**

1、客户梳理及分类管理

2、不同客户特点分析

3、不同客户电话营销策略

(1) 开场破冰

(2) 自我介绍及目的介绍

(3) 客户需求识别及激发

(4) 产品营销策略匹配

(5) 营销促成

#### **五、企事业单位客群营销策略**

➤ 目标客户梳理

➤ 关系人联络对接

➤ 选择营销主题和产品

➤ 营销策略实施