

---

# 无贷客群信贷营销培训

## 【共识篇】

1. 方法论:透过现象看本质，抓住核心；
2. 道家教诲：道生一，一生二，二生三，三生万物：抓住核心！
3. 银行 4.0 的预言：银行未来面临的竞争与挑战；
  - 1) 银行 4.0 致胜模式
  - 2) 面临的内外部挑战
  - 3) 对两农渠道的影响

## 【政策篇】

1. 政策解读；
2. 形势分析；
3. 新背景之下的信贷营销之道；
4. 借力使力不费力：政府+银行，互助互补；

## 【现状篇】

1. 乡村振兴的真正含义
2. 刺激消费循环的政府举措
3. 无贷信贷营销难点分析
4. 新形势下三农市场信贷需求分析
5. 契合需求的营销策略、客群管理、产品观念建议

## 【营销篇】

1. 营销三问：定位、现状、出路
2. 营销角色转变：责任、客户、账户、整合

- 
3. 大环境下的营销模式搭建寻求助力
  4. 党建+金融模式的创新营销
  5. 党建+金融模式要点解读

### 【转型篇】

1. 无贷信贷营销核心含义解读：价值公式可变因素分析
2. 基于可变因素的价值公式调整：传播体系搭建完善
3. 信贷营销十六大获客策略
  - 1) 交叉营销（存量客户产品持有数的提升、联动营销、协同营销、厅堂营销等）
  - 2) 渠道营销（如何与当地持有客户量较大的行业合作等）
  - 3) 异业结盟（与各类第三方行业联盟营销）
  - 4) MGM（客户转介）
  - 5) 短信营销（重点针对农户的营销方式）
  - 6) 电话营销（针对准贷款户的电话营销和陌生电话营销）
  - 7) 微信营销（重点针对公务员及优质企业员工的营销方式，日常微信营销及朋友圈的经营等技巧）
  - 8) 团队营销（内部团队、外包团队、实习生团队）
  - 9) 口碑营销（品牌营销，如何让??银行及??银行的信贷产品深入人心，如何打造个人信贷客户经理的市场口碑）
  - 10) 地毯营销（派单营销等）
  - 11) 情境营销
  - 12) 路演营销（批量打入各类商圈、公务员、事业单位、优质企业、居委会、农村市场等进行路演营销）
  - 13) 厅堂营销（如何通过厅堂进行客户的筛选和个贷产品营销）

---

14) 条件营销或资格营销（在既有客户条件限定下，对客户进行划分，增加一级客户条件进行资格营销）

15) 整合营销（跨界营销）（整合当地信贷产品方资源，进行客户资源共享，不放过每一个客户）

16) 角色转换营销

4. 信贷业务核心观念转变：责任、主题

5. 信贷本质分析验证：信+贷

### 【执行篇】

1. 网格化营销系统与工具

1) 网格化工具使用的步骤：网格设定、客群分析、需求挖掘、配置策略、建立模式

2) 网格划分示例

3) 支行网格地图绘制及资源梳理

4) 建立管理机制

2. 网格客群分析：

政府资源、社村资源、工商资源、商业资源、群众组织、农户资源、农村基层政府组织等；

3. 网格化执行实操

1) 定员、定岗、定责

2) 工作机制：招商银行宜昌市“我是格格”评选大赛案例启示

### 【场景篇】

1. 传统营销与场景营销的对比示例

2. 场景营销核心技巧：KYC 法则

3. 线上营销场景剖析