

商业银行消费金融的业务发展和营销能力的提升（7小时）

第一部分 消费金融发展趋势（2小时）

一、消费金融及其发展

- 1、狭义的消费金融
- 2、广义的消费金融
- 3、传统消费金融的前世今生
- 4、互联网金融时代的消费金融的三大特征

二、世界各国的消费金融发展经验

- 1、美国消费信贷的发展及特征
- 2、日本消费信贷的发展及特征
- 3、港台地区消费信贷的发展及特征
- 4、中国大陆消费信贷的发展及特征

三、当前宏观经济与金融趋势

- 1、十三五计划
- 2、利率市场化
- 3、亚投行与一带一路
- 4、金融业混业经营的趋势发展
- 5、屌丝经济与中产阶级经济

6、三个故事看懂消费金融跨界合作的未来

四、零售信用金融服务策略

1、新思维:

- 面向市场及客户的需求所调整的体制
- 以微贷信用产品切入消费性市场,经营零售业务与开创零售金融服务平台
- 服务当地的人民及企业,以地方性的主力社区农村银行自居,深耕金融服务及创新服务
- 人性化的金融服务

2、新产品:

- 发展延伸“中间业务产品”,“金融服务走出去”,以维系贷款客户的服务
- 整合策略性异业合作服务平台,将服务项目融入客户生活中
- 创新服务产品及项目,达到交叉销售,创造客户贡献度

3、新工具:

- 以独立性科技平台为手段,架构虚实通路,架设金融服务端末
- 以系统平台建构流程;服务;管理;资料标准化
- 创造便利性金融服务工具
- 普惠金融的新武器

第二部分 消费金融的渠道业务创新发展篇 (3小时)

一、消费金融领域中的家装业务渠道拓展

- 1、家装业务的三大特点
- 2、如何自建家装消费分期场景，线上线下渠道融合
- 3、案例讨论：从[百度金融](#)在家装业务渠道营销中大获全胜得到的几点启示。
- 4、现场演练和点评：根据本行的产品特色，拓展当地的家装业务渠道

二、消费金融领域中的旅游业务渠道拓展

- 1、旅游业务的四大特点
- 2、如何创造国内游和国外游的消费分期场景，打通线上线下渠道
- 3、案例讨论：从美国旅游业务渠道成功营销中得到的几点启示。
- 4、现场演练和点评：根据本行的产品特色，拓展当地的旅游业务渠道

三、消费金融领域中的婚庆业务渠道拓展

- 1、婚庆业务的四大特点（优势和不足）
- 2、如何与婚庆产业链深度合作，打通婚庆营销渠道
- 3、案例讨论：从国内几家擅长婚庆业务渠道营销的消费金融公司的运作中得到的启示。
- 4、现场演练和点评：根据本行的产品特色，设计出适合开拓当地婚庆业务的方案和话术，并实战演练。

四、消费金融领域中的教育业务渠道拓展

- 1、教育业务的五大特殊性

2、如何创造教育消费分期场景，打通教育营销渠道

3、案例讨论：从国内几家擅长教育业务渠道营销的消费金融公司的案例中得到的启示。

4、现场演练和点评：根据本行的产品特色，拓展当地的教育业务渠道

第三部分 营销能力提升篇（2小时）

一、观察客户负责人的能力

现场演练：通过 3-5 分钟交流，迅速对客户负责人的性格、处事方法进行判断，并且找到适合的沟通方法

二、短期内与客户负责人建立信任感的能力

现场演练：通过短暂交流，迅速与客户建立信任感，并且找到适合的话题切入消费金融。

三、探寻客户真实需求的能力

现场演练：通过短暂交流，探寻和引导客户的真实需求并且提出有针对性的解决方案，包括如何利用本行产品进行渠道整合、深度合作。

四、与客户进行竞品分析的能力

现场演练：对市场上类似的同行产品进行优缺点分析，突出本行的优势，说服客户与本行合作。

五、为客户排除各种疑虑和抗拒心理，完善原先合作方案，完成签单的能力

现场演练：临门一脚失败是很多业务员的通病，利用各种话术和工具，说服客户签单。

六、老师对每个演练人员进行点评，并总结演练中的得失。