

推荐课程一：小微信贷风险管控和营销

课程内容 (1天共计6个课时)	
第一部分：信贷风险管控	
<p>一、小微贷款的发展前景与风险并存</p> <p>(一) 我国小微企业总量和旺盛的需求蕴含巨大的市场空间</p> <p>(二) 风险管理能力决定了小微企业信贷业务是否可以开展。</p> <p>二、小微企业的风险控制要点</p> <p>(一) 个体风险大于系统风险</p> <p>(二) 操作风险大于信用风险</p> <p>(三) 借款主体的人品比资产来得重要</p> <p>(四) 严格的信贷文化是小贷风控的生命线</p> <p>(五) 优化小微企业信贷风险管控的组织架构</p> <p>(六) 规范小微企业风险管控制度和工作流程</p> <p>三、小微企业风险识别的难点</p> <p>(一) 财务信息不透明，缺乏真实性、准确性</p> <p>(二) 民间融资规模无法调查确定</p>	<p>四、目前主流的风险防范技术</p> <p>(一) 三品三表及案例详解</p> <p>(二) 四查询五核实及案例详解</p> <p>(三) 大小权益核实法及案例详解</p> <p>(四) 评分表及案例详解</p> <p>五、小微企业客户的风险综合防范</p> <p>(一) 小微企业的操作风险防范</p> <p>(二) 小微企业的信用风险防范</p> <p>(三) 小微企业的法律风险防范</p>
第二部分：信贷营销策略	
<p>一、客户推展</p> <p>案例分析：一场羽毛球比赛网络营销带来的巨大小微客户资源</p> <p>1、小微客户批量开发的方法和技巧</p> <p>a) 客户拓展与信息收集</p> <p>直接客户拓展技巧——六个模块完成直客开发</p> <p>案例分析：看看这个客户经理是怎么有效切入商户一条街，有效掌握 80% 商户的</p> <p>1) 如何主动上门拜访</p> <p>2) 如何做社区活动</p> <p>3) 如何高效扫楼扫商铺</p> <p>4) 如何有效利用互联网与微信</p> <p>5) 如何在网点拓展优质客户</p> <p>6) 如何设计有实际效果的宣传单张</p> <p>广告折页观摩：渣打银行的信贷宣传单张</p>	<p>1) 分类的目的</p> <p>2) 客户关系的类型</p> <p>3) 分类标准——贡献度与风险度的评判指标(显性与隐性)</p> <p>4) 分类方法——如何找出高贡献度低风险度的优质客户</p> <p>5) 营销方法——不同类型的客户营销策略设计</p> <p>二、客户面谈营销准备</p> <p>反思：我之前的客户面谈做了哪些准备？</p> <p>1、面谈准备工作的作用</p> <p>2、客户信息收集与潜在金融需求分析</p> <p>3、销售工具准备</p> <p>案例分析：潜在客户的销售工具准备</p> <p>4、客情关系建设道具准备</p> <p>案例分析：一个杯子给山东建行带来 3 亿新增存款</p>

<p>话术示例：商铺一条街拜访中让客户第一时间愿意跟你交流的营销开场白</p> <p>2、间接客户</p> <p>案例分析：看看这个客户经理是怎么通过第三方担保公司挖掘大量客户资源的</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)如何利用自身的社会资源圈 2)如何与网点其他岗位互动 3)如何让客户形成持续的转介绍 <p>存量客户</p> <ol style="list-style-type: none"> 4)如何进行后续跟进与升级持续营销 5)如何做好客户维护与关怀 6)如何结合现有产品有效交叉业务 <p>b、客户信息分析</p> <p>案例分析：小乞丐如何分析他们的目标客户</p>	<p>改进：今后我会怎么做？</p> <p>三、建立好感与把握需求</p> <p>案例分析：场景一：建立好感</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、目的:有一个切入销售的机会，引发兴趣 2、技巧:语言技巧、时机场合、服务礼仪 3、典型场景的介绍与分析 <p>反思：我之前是怎么做客户需求探寻的？</p> <ol style="list-style-type: none"> 4、需求探寻行为与销售动机的关系 5、如何迅速建立客户信任 <p>案例分析：如何使用开放式赞美迅速拉近与小微企业主的距离？</p> <ol style="list-style-type: none"> 6、开放式赞美要点分析 7、顾问式需求探寻流程四步走——变“我们认为客户需要”为“客户自己认为他需要” <p>案例分析：客户主动需求的陷阱</p> <p>8、本环节典型异议处理</p>
<p>四、产品推荐</p> <p>反思：我之前是怎么呈现产品的？</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、金融产品呈现三步曲与最佳效果 2、产品呈现关键技巧 <p>定位、结构化、情景化、双面传递</p> <ol style="list-style-type: none"> 3、一句话产品呈现技巧——让文盲也能第一时间听懂我行的产品与政策 <p>话术示例：“网银”产品一句话呈现话术</p> <p>练习：“循环贷”一句话呈现话术设计</p> <p>五、交易促成</p> <p>反思：我之前是怎么做成交促成的？</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、临门一脚应该怎么理解 <p>讨论：一个好的求婚技巧，就可以娶到心仪的女孩么？</p> <ol style="list-style-type: none"> 2、成交的潜在好时机 3、成交的风险控制 4、“牧之牌”高效成交7大法宝 <p>成交练习：客户有意向，但是又想再对比对比？</p> <p>成交练习：客户想贷，但表示要跟决策人商量？</p>	<p>六、后续跟进与客户转介绍</p> <p>反思：我之前是怎么做后续跟进的？</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、后续跟进直指提升客户满意度与忠诚度 2、基于产品利益本身的跟踪如何做？ 3、基于情感关系本身的跟踪如何做？ <p>练习：成功营销的客户该如何跟进？</p> <ol style="list-style-type: none"> 4、如何再次深挖需求并要求客户转介绍 <p>工具：客户转介绍信息卡</p> <p>讨论：后续跟进的“3个1”工程</p>

课程二：小微企业信贷营销模式与风险控制实战指导

课程内容（2天共计12个课时）

一、小微企业信贷产品的营销模式

（一）小微信贷营销成功的关键因素

- 1、营销文化----小微信贷文化的冲突与协调
- 2、考核绩效----以客户数、利润为挂钩的考核机制
- 3、授权机制----充分授权与监督评估机制
- 4、效率制胜----小微企业审批效率与信贷文化

（二）全面营销观念的树立----5P分析法

- 1、标准化的作业流程，方便快捷的审批和放款效率
- 2、28法则和客户关系管理

（三）小微贷款的营销模式及利弊

- 1、以民生银行为代表的个人经营性贷款批量营销

（1）联保联贷方式

案例分享

模式特点及利弊

（2）与担保公司合作模式

案例分享

模式特点及利弊

（3）政府公关模式

案例分享

模式特点及利弊

（4）培养信用扩大信用额度

案例分享

模式特点及利弊

（5）与第三方如阿里巴巴合作模式

案例分享

（6）最新的合作社合作模式

案例分享

模式特点及利弊

2、渣打银行的陌拜模式

3、阿里巴巴在线推广模式

（四）后来者的契机---跟随变革，创新为王

- 1、城镇化逐步推进对小微信贷业务的影响
- 2、消费文化转变对发展小微信贷业务的机会
- 3、科技化逐步深入对小微业务的启发

（五）小微信贷业务营销技巧

1、营销如何做到顺势而为？

2、小微营销的方式探讨

（1）自上而下型：商圈、政府、龙头企业、社区

（2）自下而上型：人海战术、顺藤摸瓜

（六）小微信贷业务营销技巧的行业分析

1、木材、家居等行业的营销案例

2、煤炭、五金等行业的营销案例

3、钢材、房产等行业的营销案例

（可结合具体客户当地行业集群特征重点分析）

模式特点及利弊	
<p>二、小微企业信贷调查技术—以某小微特色银行操作模式为例</p> <p>(一) 三品三表技术与案例解析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、如何面对无效报表和无报表 2、为什么要看三品三表 3、人品---信不信得过？ 4、产品—卖不卖得出去？ 5、押品---靠不靠得住？ 6、如何看三表---案例解析（水表、电表、报关表） <p>(二) 三查询五核实技术与案例解析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、什么是三查询五核实？ 2、三查询五核实基本原则 3、征信报告查询案例解析 4、黑名单查询案例解析 5、分户帐查询案例解析 6、五核实案例解析 7、如何核实贸易型企业经营状况？ 8、如何调查客户民间融资的真实状况？ 9、如何了解客户贷款真实用途？ <p>(三) 现金流测评技术与案例解析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、如何寻找客户真实现金流数据？ 2、账户明细表的五大看点—解剖客户真实经营状况 3、案例解析 <p>(四) 信贷调查渠道与案例解析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、行内渠道分析与案例解析 2、行外渠道分析与案例解析 	<p>三、小微企业的风险控制要点</p> <ol style="list-style-type: none"> (一) 个体风险大于系统风险 (二) 操作风险大于信用风险 (三) 借款主体的人品比资产来得重要 (四) 严格的信贷文化是小贷风控的生命线 (五) 优化小微企业信贷风险管控的组织架构 (六) 规范小微企业风险管控制度和工作流程 <p>四、小微企业风险识别的难点</p> <ol style="list-style-type: none"> (一) 财务信息不透明，缺乏真实性、准确性 (二) 民间融资规模无法调查确定 <p>五、目前主流的风险防范技术</p> <ol style="list-style-type: none"> (一) 三品三表及案例详解 (二) 四查询五核实及案例详解 (三) 大小权益核实法及案例详解 (四) 评分表及案例详解
<p>第二天 小微企业信贷营销策略</p> <p>四：信贷主动服务营销的方法与技巧</p> <p>一、客户类型分析</p> <p>个人、农户、微小企业</p>	<p>2、客户拜访流程解析</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 商务介绍 ➢ 道明来意 ➢ 建立轻松的沟通氛围

<p>二、 信贷客户十大营销心理解读</p> <p>需求心理、逆反心理、表理心理、羊群心理、个性心理、期望心理、学习心理、重要人物心理、晕轮效应心理、专家效应心理</p> <p>三、 信贷业务主动营销方法</p> <p>户外营销、通讯营销、网络营销、关系营销</p> <p>四、 信贷主动服务营销技巧</p> <p>1、 营销前的准备</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 当地金融竞争优劣势信息分析（贷款品种，贷款额度，贷款期限，贷款利率，贷款用途，还款方式，抵押方式等信息） ➢ 客户基本信息及经营状况分析 ➢ 客户对信贷产品了解及需求分析 ➢ 信贷营销材料及工具准备 <p>信贷客户经理营销访问时间表制定</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 呈现产品宣传资料 ➢ 收集客户信息 ➢ 信贷产品介绍 ➢ 拒绝处理 ➢ 促成或下次预见 <p>3、 信贷服务营销沟通技巧</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 专业的表达技巧 ➢ 良好的倾听技巧 ➢ 营销式提问技巧 <p>4、 信贷业产品介绍技巧</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 信贷产品呈现三步曲 ➢ 信贷产品呈现关键技巧 ➢ 定位、结构化、情景化、双面传递 ➢ 信贷产品讲解 FABE 法 ➢ 提案式信贷产品介绍法 <p>5、 信贷营销拒绝处理技巧与话术练习</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 利率比别人高…… ➢ 贷款太麻烦了…… ➢ 给的额度太低…… ➢ 期限太短了 …… ➢ 考虑考虑… <p>再看看……</p>
<p>五：信贷客户关系管理与维护</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 客户关系管理核心思想 ➢ 理念：欲取先予 ➢ 内容：解决问题，提升客户满意度 ➢ 价值：使销售变得简单 ➢ 目标：实现价值与效益最大化 ➢ 结果：促使客户忠诚，提升我行效益 ■ 信贷客户细分管理与维护方式 ➢ 客户销售分类管理法 ➢ 客户金字塔管理法 ➢ 客户分级管理与维护方式 ■ 客户信息数据库建立 ➢ 客户动态数据及表格建立 ➢ 客户基本细节信息收集 	<p>6、 信贷营销促成技巧与话术练习</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 识别有贷款意向的信号 ➢ 推定承诺法（默认法） ➢ 立刻行动法 ➢ 二择一法 ➢ 客户引导法 ➢ 附加价值驱动法 <p>7、 信贷营销服务跟进与监督</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 建立并维护信贷人员的良好声誉 ➢ 建立客户经理、客户和银行之间的信任关系 <p>获得再次销售和客户推荐的机会</p>

<ul style="list-style-type: none">➤ 客户个人细节信息收集➤ 客户商业细节信息收集 <p>客户服务记录信息建立</p>	
<ul style="list-style-type: none">■ 客户维护方法<ul style="list-style-type: none">➤ 客户维护程序面建设<ol style="list-style-type: none">1. 时限2. 流程3. 适应性4. 预见性5. 信息沟通6. 客户反馈➤ 客户维护个人面建设<ol style="list-style-type: none">1. 礼仪2. 态度3. 关注	