

银行消费金融产品的营销策略

【课程收益】

- 1、了解消费金融业务对银行的重要意义
- 2、了解消费金融业务的发展背景和目前市场的情况
- 3、掌握银行目前消费金融产品的类型和特点
- 4、掌握开展消费金融业务的营销策略

【课程大纲】

一、中国消费金融的发展形势与趋势

- 1、消费金融的定义
- 2、中国消费金融市场的总体分析
- 3、消费金融的利润来源及对银行的重要意义
- 4、消费金融市场的政策解读：《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》、
《消费金融公司试点管理办法》

案例视频分析：浦发银行梦享贷、京东白条、宜信宜人贷

- 5、消费金融市场的分类与对比：银行系、零售系、互联网系
- 6、消费金融的三重属性：消费、金融、场景
- 7、国家鼓励重点发展的六大领域

二、银行常见的消费金融产品的分析

- 1、信用卡贷款：产品概述、贷款流程、风险管理
- 2、汽车贷款：产品概述、贷款流程、风险管理
- 3、教育贷款：产品概述、贷款流程、风险管理
- 4、合作商户消费贷款：产品概述、贷款流程、风险管理
- 5、合作线上平台消费贷款：产品概述、贷款流程、风险管理
- 6、现金分期业务：产品概述、贷款流程、风险管理

三、消费金融产品营销营销模式

- 1、学会两条腿走路：传统模式与新型模式结合
- 2、传统模式之缘故市场：打造你的最强人脉圈（竹子理论）

练习 1：我的缘故清单

- 3、传统模式之厅堂营销：一句话营销加交叉销售是制胜秘籍
- 4、传统模式之厅堂延展：等待你的不是一顿简餐，而是满汉全席。

视频分析：王小明的厅堂营销有哪些启示？

- 5、传统营销之陌生拜访：打破心理魔咒，要想业绩好，就要冲冲冲！

小组研讨：目前我们采用过哪些新的营销模式？

- 6、新型模式：从线上到线下，从线下到线上

线下新型模式之合作企业、商户渠道：团办的盛宴和固定进件的保证

线下新型模式之民生类渠道：需求类客户的圣地（商场、4S、家电家具卖场等）

线下新型模式之社区类渠道：让阿姨、叔叔都成为你的销售员

线下新型模式之有组织销售：用主题活动吸引目标客户（友邦保险的案例）

线下新型模式之同业异业交叉销售：让你的销售网络遍布天下

线上新型模式之手机端营销：微信营销、WIFI 营销等

线上新型模式之网络端营销：网络是客户资源收集的重要渠道

练习 2：如何去开发一个新型渠道资源？（运用行动计划表设计一个线下、一个线上的渠道开发方案）

四、消费金融产品营销经典案例分析

1、厅堂营销渠道案例分析

小组研讨及讲师点评：厅堂营销的关键点

2、商场营销（樱花日语）案例分析

小组研讨及讲师点评：超市营销的关键点

3、合作企业（永达 4S 店）渠道案例分析

小组研讨及讲师点评：合作企业渠道营销的关键点

4、线上合作（周生生旗舰店）渠道案例分享

小组研讨及讲师点评：线上合作渠道的关键点

5、微信营销案例分析

小组研讨及讲师点评：微信营销的关键点

五、总结与回顾

总结与回顾：

训后跟踪“三个一”：一次汇报、一次分享、一份计划