

《乡村振兴背景下普惠金融业务实践与探索》

讲师：陈方晖

课程背景：

实施乡村振兴战略，是党中央着眼于实现“两个一百年”奋斗目标作出的重大决策，是新时代做好“三农”工作的总纲领和总抓手。作为面向“三农”的国有大型商业银行，服务好乡村振兴战略，是农业银行义不容辞的政治责任，也是加快自身“三农”业务发展、提升县域市场竞争力的迫切需要。

课程收益：

- 1) 分析新形势下农业银行三农营销的新特点；
- 2) 提高目标制定、分解、活动量管理的方法和技巧；
- 3) 根据网点特点和客群情况进行差异化营销并进行管理；
- 4) 分析外拓营销的增量来源分析，制定相应的营销策略；
- 5) 针对存量客户进行数据分析，制定相应的营销策略；
- 6) 针对流量客户需求把脉，制定针对性的旺季营销策划方案；

课程时间：1天公开课 6小时/天

授课对象：支行行长、网点主任、客户经理、理财经理、信贷员

授课方式：讲师讲授+案例分析+视频互动+角色扮演+情景模拟+实操演练+尖峰对决

课程大纲：

第一篇：“三农”国家战略

第一讲：金融服务——乡村振兴战略重要意义

- ◇ “两个一百年”奋斗目标和全体人民共同富裕的根本途径；
- ◇ “产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”

- ◇ 强化农行自身优势、提升“三农”业务市场竞争力的重要选择。
- ◇ 农行新思路：“大、新、特三农”客户提供“融资+融智”“商行+投行”
- ◇ “对公+零售”“境内+海外”的全方位综合化金融服务，

第二讲：围绕“产业兴旺”主线，深化农村现代产业体系金融服务。

- ◇ 粮食和重要农产品生产
- ◇ 农产品加工和流通体系建设
- ◇ 农村新兴产业和产业融合发展
- ◇ 粮食和重要农产品生产
- ◇ 农产品加工和流通体系建设
- ◇ 县域经济等非农产业转型升级

第三讲：围绕“生态宜居”主线，对农村基础设施和环境保护的支持力度

- ◇ 县域新型城镇化建设
- ◇ 特色小镇建设
- ◇ 美丽乡村建设
- ◇ 农村生态环境建设农产品加工和流通体系建设

第四讲：围绕“生活富裕”主线，做好金融精准扶贫和民生金融工作：

- ◇ 开展金融精准扶贫
- ◇ 做好农户信贷服务
- ◇ 支持制度改革
- ◇ 助推县域幸福产业发展

第二篇：布局营销

第一讲：总行层面顶层设计

- ◇ 金融服务乡村振兴战略的指导意见
- ◇ 乡村振兴重点领域专项金融服务方案
- ◇ 乡村振兴战略差异化信贷政策体系

第二讲：加快特色产品研发

- ◇ 返乡下乡人员创业创新贷款、民俗手工贷款
- ◇ 农村集体资产收益权、股权的新型抵质押担保产品，
- ◇ 休闲农庄贷款、乡村养老贷款特色信贷产品，
- ◇ 推广“银医通”、“银校通”、惠农理财等新型中间业务

第三讲:探索有效服务模式

- ◇ 农业产业化联合体、农村产业融合发展示范园、田园综合体
- ◇ 研发农村“三资”(资源、资产、资金)管理平台

- ◇ 为客户提供集信贷融资、支付结算、财富管理于一体的金融解决方案：

第四讲：创新运用新型金融工具

- ◇ 发起乡村振兴基金，为重点客户、重大项目提供大额、长期资金支持。
- ◇ 运用金融租赁、资产证券化、集合票据新型金融工具，
- ◇ 打造农行在“三农”绿色发展和高端金融领域的领军银行形象。

第五讲：互联网金融服务“三农”“一号工程”

- ◇ 全域全辖“四个齐推并进”提质增效。推广农行互联网融资产品，
- ◇ 做大做强“惠农 e 贷”；积极营销聚合扫码支付、农户版 APP 等移动支付业务，
- ◇ 抓好核心企业、重点市场、县域批发商、“惠农通”服务

第三篇：“三量”拓金实操营销

第一讲：网点流量营销策略

- ◇ 营造氛围（临街、入口、厅堂、柜面、贵宾区）
- ◇ 厅堂营销（对公、对私、大堂经理、客户经理四力提升）
- ◇ 柜面营销（战斗力提升）

战区 PK：话术训练、1345 模式训练、

- 1、潜力客户激活
- 2、中端客户提升
- 3、高端客户防流失
- 4、临界客户提升
- 5、到期客户转化

第二讲：深挖存量开拓

- 1、客户数据分析
- 2、归档管理
- 3、短信
- 4、电话沟通
- 5、休眠客户激
- 6、存量客户提升
- 7、防流失

战区 PK：

- 1：激活休眠客户：（客户筛选、短信破冰、电话邀约、短信提醒）
全套文字写作模版、电话话术——全部教会你，并互动演练实操
- 2：客户邀约：引兴趣、探需求、满需求、处理反对意见、成交
55387 法则与客户拒绝应对话术——现场角色互换实训

第三讲：外拓增量策略

- 知识点：1 对公业务 2 对私业务 3 外拓营销（阵地联动路演沙龙社群）
4 行外吸金引爆联动 5 实战：两扫五进 6 实战：不良贷款清收）
7 特色客群获客 8 厅堂策反客户 9 临时提升客户
10 到期转化客户 11 他行策反客户

战区 PK：实践（扫村、扫园、扫户、扫街）进行陌生拜访、直至追销、成交。
十大成交法现场运用：富兰克林、贵宾、冲击波、自残成交法等

第四篇：特殊客群营销

——（扫村、扫园、扫户、扫街）

第一讲：目标客户群开发

知识点：1 定位与需求（老年 女性 亲子 商贸 代发 务工）
2 需求分析与调研（路径分析 场景分析 特征总结）
3 活动经营策划（体验互动类 知识竞赛类 公益收获类）
（公益共享类 联盟类 个性服务类）

第二讲：产品组合营销

知识点：1 产品组合营销 2 探寻引导顾客需求——spin 技巧
3 产品销售话术提炼（把产品特点转化为客户利益）
4 客户异议处理技巧 5 促成交易八法

第三讲：主题营销互动策划

知识点： 促销沙龙型：优雅女人节 互动娱乐型：春节七天乐元宵节
节日需求型：浪漫情人节 节日异业联盟：二月二
传统风俗型：腊八节 春节需求型：小年夜

第五篇：战区客群划分

第一讲：依据片区特色运用网格，勾勒出特色客群分布

战区 PK：（1）企业私营业主客户（2）老年客户 （3）商贸结算户
（4）女性客户 （5）农村种养殖户（6）村干部等
带领学员针对各类客户撰写顾问式销售话术——角色互换演练