

《整村授信》——蓝海营销

——讲师：陈方晖

【课程背景】

为支持国家“振兴乡村，实现普惠金融”的发展政策，以行政村为单位进行授信，及时满足乡村居民资金需求的“整村授信”金融服务模式在各地蓬勃发展，通过“整村授信”，银行实现布局三农信贷，打通普惠金融“最后一公里”金融扶贫计划。

银行开展“整村授信”业务的原因分析：

1. 政府政策导向

服务三农，发展农村普惠金融是当前我国金融发展的一个重要走向

2. 农商行发展需要

通过整村授信可有效扩面增量，增加新客户来源，扩充业务服务对象和利润来源

3. 农商行优势利用

农商行服务本地多年，熟悉客户和市场，拥有天然的人缘、地缘优势

4. 抢占客户心智

各大行逐渐开始重视农村金融市场，农商行通过整村授信可以抢占客户心智，培养客户对本行金融服务的使用习惯和依赖性

【培训对象】 行领导、信贷部领导、零售部领导、支行长、网点负责人等

【授课形式】 理论授课、竞赛、分组讨论、案例教学、行动学习

【授课时间】 1天

【课程收益】

通过学习，掌握整村授信的流程和执行方法步骤

通过学习，掌握交叉营销的策略和技巧

通过学习，获得一支能外出开展“整村授信”业务的队伍

【课程大纲】

第一部分 整村授信、批量授信、授信技巧与方法

第一讲：整村授信带来的几个改变

- (一) 零售业务批发做
- (二) 针对区域市场的精耕细作，对目标区域的深度外拓营销
- (三) 银行从“坐”向“行”转变的营销主动性升级
- (四) 强化本地市场客户粘性，控制客户流失
- (五) 发挥人缘、地缘优势，进一步巩固现有农村市场占有率
- (六) 整村授信可作为非常好的营销切入口（先惠农后营销）

第二讲：整村授信营销常见问题分析

- (一) 未对客群细分，一套模式用到黑
- (二) 营销产品单一，缺少交叉营销
- (三) 单兵作战，我是独狼
- (四) 粗暴销售，缺乏技能技巧
- (五) 村内助力未充分使用（村两委，银行现有客户等）

第三讲：整村授信营销五个关键

- (一) 时段规划：抓住关键营销时间段
- (二) 精准营销：找准可以拍板做决定的关键人
- (三) 营销活动：找到吸引村民主动参加的关键点
- (四) 交叉营销：提前规划可针对不同客户进行交叉营销的关键产品组合
- (五) 热度保持：日常宣传要持续，尤其是有里程碑意义的关键环节要充分利用

第四讲：整村授信授信技巧与方法

- (一) 整村授信五大营销场景分析
 - 1. 重要环节的场景（揭牌仪式、授信仪式、签约仪式等）
 - 2. 村民住宅陌生拜访场景

3. 村企拜访场景

4. 村民集会场景

5. 与重要时令相结合的场景（农忙，返乡，重要节日等）

(二) 整村授信的客户分析、客群细分

1. 贫困农户

2. 一般农户

3. 种养大户

4. 个体工商户

5. 外出务工人员

6. 已是本行或他行的VIP客户

(三) 整村授信的交叉营销产品匹配（不同客户、不同环节、不同场合）

1. 本行现有产品梳理和筛选（储蓄业务、电子银行、网银等）

2. 各类产品与客户的匹配

3. 一对一营销场景下的产品选择

4. 一对多营销场景下的产品选择

(四) 整村授信交叉营销三借

1. 借人

2. 借势

3. 借数据

第五讲：整村授信过程中的营销话术设计

(一) 与村委沟通的话术设计

1. 谈影响 2. 谈贡献 3. 谈价值 4. 谈政策 5. 谈银行给到什么支持

(二) 与村民沟通

1. 第一次登门拜访时的自我介绍

2. 介绍整村授信的惠农作用做后续营销铺垫

3. 本行其他产品对客户价值塑造（1到2样产品，切记一次介绍太多）

4. 后续拜访时的话术设计和客户引导

(三) 营销活动上的话术设计

1. 通过话术调动现场活动气氛

2. 一对多的营销话术和产品介绍
3. 提问环节的应答准备和问题引导
4. 现场“促单”“攻心逼单”成交话术

第二部分：社区居委会、热点商圈、批量授信技巧

第一讲：特定客群拜访策略

(一) 商区--商户、楼宇：

1、策略：扫街、摆摊营销、座谈会、活动 2、陌生拜访商户流程及话术：

第一步：亮明身份

1、动作：自我介绍后递名片，或者亮明“客

利于营销的推进；亲和版有利于创造轻松的氛围。

第二步：送礼

1、动作：递上礼品 2、好处：拉近客户距离

第三步：寒暄赞美套近乎（在第一步亮明身份之前，也可以先适当寒暄赞美）

1、动作； 寒暄/赞美 2、好处：拉近客户距离

第四步：开场白（简单说明来意）+挖掘需求（尽量用 SPIN 或者 SSDN）

1、动作：

2、好处：让客户感兴趣，且不容易抵触。先了解客户、竞争对手情况，
为下一步采取相应的策略，针对性的推荐产品提前做好准备。

第五步：产品呈现（凸显优势、强调利益，运用 FABE 法则）

1、对比同行，不要诽谤（只谈事实）

2、凸显优势，强调利益（用 FABE） 3、故事案例，有理有据。

第六步、异议处理

要点：先顺着客户说或者赞美对方，再提出我们的建议。

第七步：缔结成交+邀转介 假设成交、交叉成交、邀转介绍

第八步、愉快告别（可以再次提醒与客户的约定：下次办手续、拜访）

常见误区、 常见情景、 应对、 客户常见问题及处理交叉营销

（二）园区-----企业、机关及事业单位

1、主要策略：拜访+宣讲会/座谈会；

企业：了解企业需求，供应链营销，上下游企业分析，提供金融服务方案；

单位：主要代发工资+电子银行产品+消费贷款

2、营销流程：

1) 寻找关系 2) 预约拜访

3) 分析决策链：（决策者、业务部门、财务、行业专家、支持者与反对者）

4) 过保安、前台关：——（微笑、赞美、关心、幽默、激励）

关系对接 （总对总、分对分、客户经理的角色分析：资源整合者）

5) 方案宣讲 6) 签约跟进 7) 邀转介绍：同行、邻居、上下游等

（三）社区---社区、街道、居委

1. 合作拓客 2. 活动获客 3. 持续深耕

（四）农区---乡镇、村组、农户：

1. 逐个扫户 2. 找重点户 3. 转介绍户 4. 广泛宣传

5. 会销集客 6. 合作拓户 7. 深挖链条

第二讲：批量授信技巧

特定客群授信过程中的优质客户发掘和“3专”服务

（一）优质客户发掘

1. 优质客户标准

2. 优质客户发掘渠道和方法

3. 优质客户真实性判定

4. 优质客户个性化需求分析

(二) 优质客户的“3专”服务 1. 专业 2. 专人 3. 专享：

(三) 优质客户营销策略

1. 先建关系，再取信任，最后营销
2. 全面了解客户已有产品，避免重复推荐
3. 不光经营客户个人，还要经营客户的家人
4. 在优质客户心中保持存在感
5. 营销手段不搞套路

第三讲：整村授信关联产品的情景营销技巧

一、创建营销氛围、快速建立好感

- 1、确定整村授信关联产品的交叉营销关联点
- 2、找到合适的切入时机
- 3、升华式客户赞美法
- 4、用恰当的礼仪营造营销氛围
- 5、找到客户普遍和个性化痛点

二、用情景营销快速提炼出客户的产品需求痛点

- 1、明确探寻目的——变“我认为你需要”为“你自己觉得自己需要”
- 2、个体商户、种养殖户及村镇小微企业客户的典型需求分析
- 3、顾问式需求探寻的四项关键任务
- 4、顾问式需求探寻流程四步走

实战演练：保险产品与整村授信产品交叉营销需求探寻话术设计

三、整村授信产品呈现中的情景营销技巧

- 1、产品呈现三步曲

2、产品呈现关键技巧

3、整村授信产品如何定位、结构化、情景化、双面传递

4、整村授信产品讲解 FABE 法

实战演练：向村委会成员呈现整村授信产品时的 FABE 情景营销话术

四、促成签约时的情景营销技巧

1、怎样才能踢进临门一脚

2、如何抓住成交的潜在好时机

第三部分：小微客户营销策略及活动策划技巧

第一讲：宣传造势、品牌植入阶段的主要活动策略

1、信贷、征信知识讲座

2) 与村委会合作立体化宣传：广播、标语、公告栏、微信群

2、选定目标客户、针对性营销阶段

1) 目标商户、种养殖户座谈会

2) 金融知识夜校

3) 外出务工重点人员创业扶持活动

3、签约授信、信用村正式启动阶段

1) 信用村授牌、授信、签约仪式

2) 电视台采访

3) 宣传车宣传

4、信用村用信、信贷管理阶段

1) 个体户、种养殖大户风险防范讲座及宣传

2) 个体户营销管理知识宣传讲座

3) 种养殖大户种养殖技巧培训讲座

第二讲：村民、村委会成员拜访约见情景营销技巧

一、约见理由包装策划技巧

- 1、如何用职业语言及风范营造情景营销环境及氛围
- 2、以村民、村委会利益为中心的情景话术设计思路
- 3、如何通过情景语言内容让村民、村委会迅速产生同理心

二、会面时间约定中的情景营销技巧

- 1、用欲擒故纵的方式让客户自己敲定时间
- 2、让客户觉得选择余地较宽，淡化被推销的感觉
- 4、巧用时间限制方法促使客户快速决定

话术演练：

如何利用情景营销话术，与客户敲定整村授信宣讲活动见面时间

三、客户约见后续跟进的情景营销技巧

- 1、三种有效的跟进方式
- 2、如何用情景营销的方式包装跟进核心内容