

# 整村授信日程安排及课纲（1+N）

----实战营销管理培训辅导教练 张朝强



## \*可以根据需要订制、调整内容

日期	时间	内容
第1天	8:30-9:00	开班仪式
整村授信授课 讲授及场景演 练	9:00-17:00	<p>课纲：整村授信的营销流程、方法、工具</p> <p><b>第一部分 整村授信简介</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1、什么是整村授信</li><li>2、整村授信的源起</li><li>3、整村授信的常见问题</li><li>4、整村授信的原则</li><li>5、四大关键点</li></ol> <p><b>第二部分 整村授信的重要性</b></p> <p><b>第三部分 整村授信的流程及技巧</b></p> <p><b>第一章、工作准备</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1、调研</li><li>2、项目启动</li><li>3、集中培训</li><li>4、组织学习、制定方案</li><li>5、成立评议小组</li><li>6、宣传发动</li><li>7、村庄资料准备</li><li>8、授信资料准备</li></ol>

		<p><b>第二章、信息采集（四级营销）</b></p> <p>一、县域的营销</p> <p>1、县领导关心什么？</p> <p>（1）人民银行县支行的支持</p> <p>（2）金融办的支持</p> <p>（3）国家扶贫计划</p> <p>2、从上而下，势如破竹</p> <p>（1）县金融会议</p> <p>（2）城区的宣传</p> <p>（3）电视媒体的宣传</p> <p>二、乡镇一级的营销（案例分析：某农商行、某邮政、某村镇银行的营销宣传）</p> <p>1、如何借力？</p> <p>2、村级干部的会议宣讲</p> <p>3、村委干部的支持（案例分析：浙江**农商银行的丰收驿站）</p> <p>三、村委的营销</p> <p>1、宣讲会的召开（案例分析：XX 农信社的标准化宣讲会组织）</p> <p>2、村委联络员的建立</p> <p>四、进村入户</p> <p>1、天时、地利、人和</p> <p>2、不同客群的营销活动及宣传方式</p> <p>3、三见一进</p> <p>见人：常见问题：客户不在家怎么办？（案例分析：DY 农商银行的十户九空）</p> <p>见房</p> <p>见表</p> <p>进：系统</p> <p><b>第三章、整村授信过程中的营销话术设计</b></p> <p>一、与村委沟通的话术设计</p> <p>1、谈影响</p> <p>2、谈贡献</p> <p>3、谈价值</p> <p>4、谈政策</p> <p>5、谈银行给到什么支持</p> <p>二、与村民沟通</p> <p>1、第一次登门拜访时的自我介绍</p> <p>2、介绍整村授信的惠农作用做后续营销铺垫</p> <p>3、本行其他产品对客户价值塑造（1到2样产品，忌一次介绍太多）</p> <p>三、营销活动上的话术设计</p> <p>1、调动现场活动气氛</p> <p>2、一对多的营销话术和产品介绍</p> <p>3、提问环节的应答准备、预案、问题引导</p>
--	--	---

		<p>、现场“促单”“攻心逼单”成交话术</p> <p><b>第四章、整村授信过程中的优质客户发掘和“3专”服务</b></p> <p>一、优质客户发掘</p> <p>1、优质客户标准</p> <p>2、优质客户发掘渠道和方法</p> <p>3、优质客户真实性判定</p> <p>4、优质客户个性化需求分析</p> <p>二、优质客户的“3专”服务</p> <p>1、专业</p> <p>2、专人</p> <p>3、专享</p> <p>三、优质客户营销策略</p> <p>1、先建关系，再营销</p> <p>2、全面了解客户已有产品，避免重复推荐</p> <p>3、经营客户个人，还要经营客户的家人</p> <p>4、在优质客户心中保持存在感</p> <p><b>第五章、预授信及交叉检验</b></p> <p>壹、评分表及打分项目（案例分析：广西农信系统、陕西农信系统）</p> <p>1、三品</p> <p>2、三表</p> <p>3、手机号/身份证号码（案例分析：YC农商银行：贷户找不到人，电话打不通）</p> <p>二、流程化：信贷工厂的理念借鉴</p> <p>1、所有的大面积不良都是制度的问题；（江苏某农商银行单行长的名言）</p> <p>2、从流程上控制风险</p> <p>三、三查制度的落实</p> <p><b>第六章、贷后管理及不良清收</b></p>
--	--	--

		<p>一、好的贷款是管出来的</p> <p>二、能收回来，才是优质的资产</p>
	17:30-18:30	课后集中，准备 3 天的外拓安排
第 2-4 天： (建档批量授信为主) 进城商户，社区重点人群批量建档，同时，联系村委宣讲会	8:30-9:00	大组、小组集合，晨会动员
	9:00-17:00	<p><b>商户批量授信、社区批量授信</b></p> <p><b>机关单位的宣传</b></p> <p>1、联系内部人员并通知</p> <p>2、商户宣讲会流程</p> <p>3、物料准备</p> <p>4、登记建档</p> <p><b>社区物业的合作</b></p> <p>1、物业合作关系人</p> <p>2、社区的宣传</p> <p>3、入户还是不入户？</p> <p>4、摆摊设点的宣传</p>
	17:30-18:30	总结模式
第 5-7 天，村委宣讲会 村委宣讲、建档为主	8:30-9:00	大组、小组集合，晨会动员
	9:00-17:00	<p>营销思路与流程： 整体推进，层层落实</p> <p>1、顺序：镇政府的支持——村委推进——村里有影响力的人支持——进村入户。</p> <p>2、方法：政府：座谈会；村委：宣讲会。</p> <p>3、客户经理预先准备好村民资料，先录入基本信息；</p> <p>4、队长带客户经理入户建档；</p> <p>5、村委评议人核实。</p> <p>宣讲会需要的物料：</p> <p>1、横幅：阳光金融进村组；</p> <p>2、展架：阳光金融；</p> <p>3、宣传单页；</p> <p>4、小礼品；</p> <p>5、调研表</p> <p>6、代扣代缴单据</p> <p>遇到的问题解决</p> <p>1、村委建档率不高的问题，留下表格，二次建档；</p> <p>2、年龄超过 58 岁的问题，儿女建档；</p> <p>3、进村入户的时间太长的问題：提前登记好基本信息。</p>
	17:30-18:30	督导内训师伍建立

第 N 天 种养殖户 进村入户 小企业代发工 资群体批量建 档	8:30-9:00	大组、小组集合，晨会动员
	9:00-11 : 30	<p>种养殖客户批量建档</p> <p>村委相关人员带领下的分别入户</p> <p>小微企业员工批量建档</p> <p>一、经验:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 贷款客户与代发工资客户，非常容易获得对方的信任；</li> <li>2. 由老板或者财务的要求，员工们非常容易配合；</li> <li>3. 老板及财务可以作为评议员，先帮我们做好风险把关，质量好。</li> <li>4. 问卷填写比较完整及真实。</li> <li>5. 批量营销，事半功倍。</li> </ol> <p>二、注意的风险及应对</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 风险：</li> <li>2. 老板把客户的授信额度占用，风险集中；</li> <li>3. 员工之间互相占用对方额度；</li> </ol> <p>应对：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、客户的选择，我行非常优质的贷款及代发工资客户；</li> <li>2、对方最近没有资金需求的客户；</li> <li>3、以本地的居民职工作为授信对象，进村入户的时候严格要求不能转贷给企业；</li> <li>4、授信以后，进行监督，是否存在一个工厂的职工集中用信的情况。</li> </ol> <p>三、营销方法与流程</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、客户的选择：集中排查优质的贷款客户及代发工资客户；对优质的无贷款客户进行联系与拜访；对没有任何业务往来的客户，联系财务，为本地员工建档调查；</li> <li>2、具体操作，企业主安排财务进行对接；或者安排中层人员对接。</li> <li>3、组织一次集中的宣讲：可以在客户晨会，或者集中开会时，或者下班后，或者食堂。</li> <li>4、能安排统一填表收回的，集中发放问卷，集中收回；不能统一建档收回的，安排员工逐个宣传与对接。</li> <li>5、对建档的资料进行检查与调整，做好备注。</li> </ol>
	14:00- 16:00	批量授信流程梳理、长效机制建立、常态化
	16:00-17 : 00	总结及后续安排