

数字化背景下银行同业核心产品与营销策略解读

课程背景：

数字化背景下，很多银行存在以下问题：

- 不清楚银行同业核心产品发展现状？
- 不清楚如何银行同业产品营销策略？
- 不知道如何更好地挖掘他行优质客户？

课程特色：

- 有实战案例
- 有原创观点
- 有精彩解读

学员收获：

- 学习银行同业核心产品发展现状。
- 学习银行同业核心产品转型成功案例。
- 学习如何进行银行数字化营销业务设计。

授课老师： 坚鹏老师 中国银行业协会特聘讲师

授课特点：

- 焕发精神、启发思考、激发行动

授课风格：

- 以案例的方式解读原创方法论
- 以互动的方式增强学员获得感
- 以咨询的方式提高培训实效性

培训对象： 需要学习银行同业核心产品创新的职业人士。

课程设置时间： 3-6 小时

课程大纲：

一、银行数字化思维创新

1. 数字化时代已经悄然来临
2. 银行数字化转型需要具备的六大数字化思维（数字化思维之六脉神剑：战略思维、数据思维、连接思维、智能思维、融合思维、场景思维）

3. 2022年1月，中国银保监会发布《关于银行业保险业数字化转型的指导意见》

4. 银行数字化转型是什么？

5. 银行“163”数字化转型整体解决方案

二、招商银行同业核心产品转型案例分析

1、招商银行数字化转型战略：借力数字化持续进行产品与营销创新

2、招商银行打造招商银行与掌上生活 APP：两个重要行业影响力的平台级产品

3、招商银行金融科技赋能零售银行、信用卡及私人银行业务

4、招商银行金融科技赋能客户服务

5、招商银行金融科技赋能对公业务

6、招商银行产品与营销创新成功 5 大关键

三、宁波银行同业核心产品发展现状分析

1、宁波银行数字化转型战略：创新数字化零售及对公产品

2、宁波银行深耕中小微客群，客群+产品+服务竞争优势显著

3、宁波银行小微客户全覆盖，客群持续夯实，渗透率稳步抬升

4、宁波银行迭代产品矩阵，构建服务生态，全方位增强客户粘性

5、小微服务团队持续扩充，人均授信户数稳步提升

6、宁波银行产品营销四大重要策略

四、农业银行小微企业信贷产品分析

1、农行普惠型小微企业贷款发展现状

2、农行小微企业信贷产品

3、同业产品对比分析：与建行“小微贷款”业务对比分析

4、同业产品对比分析：与民生银行“商贷通”业务对比分析

5、农行小微企业信贷产品设计四大优化策略

6、农行小微企业信贷业务营销三大优化策略

五、挖掘他行优质客户五大策略

1、产品创新

2、资源整合

3、协同发展

4、智慧升级

5、服务创新

六、内容总结与行动计划

1、内容总结

2、心得分享

3、问答与交流

4、行动计划

练习：根据工作中存在的问题和实际情况制定行动计划