

小微贷款批量营销战略与战术

一、课程背景

每家银行采购贷款营销课程的原因都不一样，但是课程及项目实施以后，一定程度上为银行解决了各种问题：

- 储蓄存款稳定增长，零售贷款逐年萎缩；网点存款好完成，贷款难完成；存款营销轻车熟路，贷款营销不懂套路
- 客户经理不肯走出去，等客上门，什么行业、什么产品都做，不专业、效率低、管户少
- 客户经理做过扫街外拓营销，但是收效甚微，久而久之扫街沦为“做秀”、“摆拍”形式
- 受土地流转因素影响，农商银行农户贷款萎缩，亟需拓展商户贷款和行政事业单位消费贷款，但是没有这方面的经验
- 农商银行客户经理等客上门，不深入基层，“三农”贷款市场阵地不断被其他银行蚕食
- 客户经理害怕贷款出风险，惧贷、懒惰思想严重，积极性不高

- 客户经理只会做单户业务，不会做行业开发、产业链开发，拿不出大手笔的典型案列
- 贷款经营实行事业部制，事业部与支行业务脱节，三农、小微、消贷与中小企业、公司等业务各自为战，不能发挥银行的整体合力
- 贷款权限下放各网点，但网点营销积极性不高

二、课程特色

- 案例教学。教学内容全部来自老师亲身参与的真实案例，内容真实，过程详细，一学就会，一用就灵。案例可以模仿、复制，很多学员在上完课后立即投入到实战当中，起到立竿见影的作用。
- 贴近实际。没有高大上的内容，全是能接触到的各行各业案例，一二三线城市都可以适用。
- 内容丰富。内容覆盖零售贷款的产品体系，既包括商户贷款，也包括传统的农户贷款和公职人员贷款，根据不同市场设计不同战术。

三、课程时间

授课时间 6 小时

四、课程大纲

(一) 战略篇 目标客户选择

一、 蓝海战略

- 1、 案例分析：大型建材市场，扫街为何没有成效？
- 2、 新行业
 - 1) 行业生命周期的划分方式
 - 2) 新市场、新产品、新装备
- 3、 新企业
- 4、 新人

二、 选择资金密集型行业

- 1、 农业中的资金密集型行业
- 2、 批发业与零售业
- 3、 制造业中的资金密集型行业

三、 抓住贷款投放时机

1. 企业市场行情变化的时机

2. 本行推出新产品的时机
3. 他行授信政策调整的时机

(二) 渠道篇

一、 零售贷款营销的关键在于渠道建设

1. 渠道的作用：“直客式”贷款为什么失败？
 - 1) 渠道为王，得渠道者得天下
 - 2) 什么是营销渠道
 - 3) 营销渠道的作用
2. 渠道的风险
 - 1) 协助客户造假
 - 2) 收取高额费用
 - 3) 贷款集中使用
3. 渠道管理
 - 1) 准入与退出
 - 2) 维护与管理
 - 3) 培训与激励

二、 商户贷款渠道开发

1. 市场管理方

- 1) 营销切入点
- 2) 长期合作机制
- 3) 不成功的原因

2. 商协会

- 1) 营销切入点
- 2) 长期合作机制
- 3) 不成功的原因

3. 政府

- 1) 农业部门
- 2) 旅游部门
- 3) 人社部门

4. 社区

- 1) 普惠金融融入民生服务
- 2) 网格员参与信用建设
- 3) 基层党支部党建共建

三、 产业链渠道开发

1. 产业链链融资产品设计

- 1) 核心企业的选择
- 2) 供应链模式

3) 销售链模式

4) 有担保模式和无担保模式

2. 农业产业链方案

1) 供应链

A. “农业龙头企业+合作农户”开发模式

B. 案例 1：以稻米加工厂介入上游种植大户

C. 案例 2：以蔬菜出口商介入上游种植户

D. 案例 3：以育种企业介入上游种植户

2) 销售链

A. 案例 1：以农资经销商介入下游种植大户

B. 案例 2：以饲料经销商介入下游养殖户

C. 案例 3：以牲畜交易市场介入屠宰户

3. 房地产产业链方案

1) 案例 1：钢材旧货市场商户“按揭贷”

2) 案例 2：家居建材市场“装修贷”

3) 案例 3：小商品市场“房租贷”

4) 案例 4：农产品批发市场“进货贷”

4. 商业与服务业方案

1) 案例 1：以电池批发商介入电动车零售商户

2) 案例 2：以修理厂介入挖掘机经营户

四、 人脉关系渠道开发

1. 寻找圈子

1) 案例：支行行长的营销圈子

2) 一度人脉圈

3) 二度人脉圈

2. 寻找关键人

1) 联络人

2) 专家

3) 推销员

3. 融入圈子

4. 展现价值

5. 二度拓展

(三) 战术篇

一、 扫街战术

1. 扫街的意义

2. 怎样提高陌拜成功率

3. 陌拜营销流程

二、 摆摊战术

1. 市场摆摊
2. 企业摆摊
3. 社区摆摊

三、 沙龙战术

1. 会前准备
 - 1) 会议主题
 - 2) 会议邀约
 - 3) 会议场地
 - 4) 物料准备
2. 会中实施
 - 1) 领导致辞
 - 2) 客户经理讲解
 - 3) 交流互动
3. 会后跟进
 - 1) 总结
 - 2) 跟进

四、 提问式销售法

1. 打开话匣子的问题
2. 拉近距离的问题

- 1) 什么算高情商
- 2) 如何让对方喜欢你
3. 探听需求的问题
 - 1) SPIN 销售法
 - 2) 融资需求
 - 3) 结算需求
4. 了解对手的问题
5. 做出判断，提出方案