

银行客户经理大数据信息收集和分析能力提升

主讲：张光禄老师

【课程受众】对公客户经理和信贷经理

【课程时长】1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、客户经理为什么要收集客户信息

1. 收集客户信息的核心目的
2. 当前的经济形势和行业形势分析
3. 当前我们要考虑的不单单是钱能不能放的问题
4. 我们要把客户的经营能力和履约风险一并考虑
5. 收集客户信息有助于我们更好的分析客户，并作为投决判断的重要依据
6. 收集客户信息有助于我们更好的给客户做出解决方案

二、客户经理要收集客户的哪些信息

1. 基于宏观经济考量的客户行业发展趋势信息
 2. 基于客户行业头部企业的经营数据
 3. 基于客户商品的供销链所产生的数据
 4. 基于客户产品受众人群和终端用户购买决策的数据
- 例：老师发行旅游地产基金时的信息分析，最终影响投决结果

5. 基于客户企业财务信息和非财信息
6. 了解企业的组织架构和关键决策人的背景、嗜好
 - (1) 大客户营销的利益关联结构与角色分析
 - (2) 如何识别关键角色及其需求
 - (3) 建立定项人脉的七步法
 - (4) 如何了解大客户中关键个人背景和嗜好
 - (5) 如何营造最佳场景了解并进入关键决策人士的社交圈
 - (6) 与特定目标人员沟通的要领

(7) 人际情报网的管理与维护

7. 未经处理与分析的信息无法支持决策
 - (1) 信息分析与情报生产的流程图
 - (2) 常见非数据化定性情报报告及其生成
 - (3) 这些情报谁来收集？谁来协助？找谁整理？
 - (4) 建立你的客户信息管理支持系统

三、客户经理通过何种渠道收集信息

1. 国家发改委、统计局官网发布的公开数据
2. 国家工商局、税务局发布的数据
3. 证券公司官网发布的行业研究数据
4. 会计师事务所官方发布的数据
5. Win 官方发布数据
6. 企查查、天眼查等第三方平台发布的各类报告
7. 企查查、天眼查等第三方平台发布的企业经营信息
8. 关于企业情报体系建设
 - (1) 无处不 CI——正式竞争情报体系与非正式情报体系？

- (2) 什么企业需要建立正式竞争情报体系？
- (3) 系统构建情报体系的流程
- (4) 客户情报部门的常见组织架构与人员配置
- (5) 企业建立竞争情报体系的常见问题及应对
- (6) 基于落地与模块功能的竞争情报导入模式

四、将收集到的信息进行分析，作为投决参考

- 1. 根据我方当前的经营策略进行信息维度的设定
例：农行信用贷和杭州银行消费贷的信息维度对比
- 2. 运用 SWOT 分析法进行信息分析
例：老师发行基金产品时选择投资标的投资策略
- 3. 投资方案的制定
- 4. 投资决策的实施

五、现场答疑