

# 《普惠金融信贷业务营销策略与技能》

**讲师：**仪老师

**【课程背景】**普惠金融是商业银行的核心内容，但就实践情况看，相当一部分商业银行发展情况并不理想，或者面临增长乏力或者正经历高不良率的苦恼，亦或综合贡献度偏低。创新是普惠金融的核心，直接关系到运营成本能否降低、效率能否提升、风险是否可控、体验（客户与客户经理）能否提高。

本课程系讲师多年小微理论研究，具有多年产品设计实践经验，在筹建且一直担任某银行总行小微部门负责人的岗位上对国内各类银行小微业务运营长期跟踪的成果。通过小微信贷实践及典型案例分析，为商业银行提供理念性指导并为克服当前营销困境与风险控制提供有价值的指导。

## **【课程目标】**

- ✓ 透析小微信贷客户标准化营销方法，破冰营销理念与方法；
- ✓ 讲授并场景演练交叉销售技巧，为客户综合营销提供方法指导。
- ✓ 为有效获客及提高客户综合贡献度，提供有价值的指导。

**【授课形式】**结构型知识讲授+典型案例研习+互动型研讨

**【授课对象】**普惠金融业务管理人员、条线有培养价值员工。

## **【课程目录】**

## 第一部分 普惠金融的意义与实现路径

### 一、小微金融实施的宏观意义

#### 1. 政治站位—三大攻坚战

#### 2. 金融二元结构

### 二、对商业银行的意义

#### 1. 新金融竞争格局

#### 2. 存量资源整合

### 三、通常认为的普惠金融两个难点解读

#### 1. 获客难

#### 2. 责任追究

### 四、如何提高业务规模（业务量）

#### 1. 实现路径讨论

#### 2. 我们该怎么做

## 第二部分 普惠金融客户需求挖掘

### 一、备货融资

#### 1. 季节性需求

#### 2. 价格趋势

### 二、应收账款占压

#### 1. 应收质量

#### 2. 应收与生意的匹配

#### 3. 信贷期限匹配

### 三、大额采购或重大交易融资

1.商业模式的可行性

2.要件的真实性的

四、营销机会

1.选对时间

2.话术有直接切入

3.客户体验带入

五、营销渠道

1.存量客户中的 KEY

2.市场中的 KEY

六、场景训练

### **第三部分 经营性客户的标准化特征与标准化营销方法**

一、经营性客户的标准化

1.客户的标准化

2.产品应用的标准化

3.营销行为的标准化

探讨：《安家》各角色特征，你喜欢谁？你想成为谁？

二、标准化业务营销四要素

1.客户

2.客户经理

3.产品

4.场景

三、精准拓客——零售业务批量做

- 1.由点及面
- 2.全方位联动
- 3.同业资产流动

#### 四、产品管理

- 1.零售业务的核心即是产品
- 2.产品爆点打造
- 3.产品爆点营销的预热与实施

#### 五、客户基本营销技能的培养

##### (一) 电话邀约

- 1.注意：电话邀约不是电话营销
- 2.打电话的基本原则
- 3.电话邀约的步骤：充分的准备、打电话、营销跟进
- 4.打电话的话术：营销话术不是产品话术、利益性的开场白

##### (二) 客户拜访

- 1.客户拜访的准备：时间、地点、拜访对象的选择、需求的预判断
- 2.拜访的过程：信任的建立、必要的流程启动
- 3.营销的跟进

### **第四部分 客户数据获分析与营销组织**

#### 一、客户职业分析

- 1.固定收入者
- 2.浮动收入者

#### 二、客户年龄、性别与客户来源分析

1.年龄段划分

2.性别

3.户籍来源

三、客户偏好

1.沟通偏好

2.价值观偏好

3.财富偏好

4.性格偏好

四、营销组织方案的关键点

1.KYC

2.拜访方式与话术

3.观察客户需求与营销内容

4.拜访频率

5.是否选择礼品及内容

6.阶段性进展与过程管控

五、案例情景演练

案例一：陶倩，本行某网点附近高端住宅小区住户，全职太太，有理财习惯，三年来在本行日均理财 200 万元。其丈夫为一家科技公司董事长，该公司纳入瞪羚计划，而且预计三年内上市。

案例二：贾旺，津门名饮老板，经营酒水生意 20 余年，市场经验丰富，收入与积累颇丰。2015-2019 年在本行有个人房产抵押贷款 300 万元，还款记录良好，经办客户经理为李铭。2019 年，李铭在本行调整岗位，管户客户经理调整为王波，但 2020 年 6 月，该客户业务到期后未在本行续贷。