

小微信贷产品设计与落地推进

讲师：仪老师

【课程背景】 在政府及监管部门各项政策与考核推动下，各类商业银行开展普惠金融业务（小微、个体经营者及农户类）的动力加强。在考核的激励与压力之下，为推动业务规模及客户数量的实质性增长，技术与方法亦是重要选项，本课程旨在提升小微产品经理批量开发与创新能力。

【课程目标】

- ✓ 阐释小微产品设计逻辑；
- ✓ 分享同业产品设计与实践经验；
- ✓ 提供小微信贷融入供应链的解决方案。

【课程形式】 结构型知识讲授+典型案例研习+案例实操

【课程对象】 银行客户经理。

【课程目录】

产品经理与产品设计逻辑篇

第一部分 产品经理解析

一、优秀产品经理应具备的能力

1. 为什么要选择成为一名产品经理呢？
2. 什么是产品经理？
3. 什么是产品？
4. 产品经理的职责

5.优秀的产品经理应该具备的能力

6.产品经理的沟通技巧

7.一名产品经理的工作日常

二、产品经理关键职责

1.产品营销推动

2.项目管理督导

3.业绩（能力培养）达成检视

三、产品经理的项目管理

1.项目计划制定：市场调研分析与诊断

2.项目进度计划：目标分解方案设计

3.项目人力资源计划：内部激励与氛围营造方案设计

4.营销流程指引与工具包

5.营销活动方案设计

6.营销进度管控指引

第二部分 小微信贷逻辑

一、小微信贷风险形成路径

1.信用风险

练习 1：客户不还款的理由有哪些？

练习 2：我们做错了什么？

2.监管风险

练习：我们为什么会犯错？

二、还款意愿与还款能力

练习：怎样判断客户的还款意愿？

三、信贷风险控制核心

1.用途逻辑合理性

2.首付问题

3.客户风险控制问题

案例讨论：商务酒店装修贷款怎样形成不良的

四、风险来源与不良贷款形成特征

1.外部风险

2.内部风险

3.操作风险

4.不良贷款形成特征（以大化小、违规准入、抵押物评估、担保适用）

五、产品创新类别

1.标准化产品

2.非标化客群产品

探讨：标准化产品并不能解决客户个性化需求；非标准化产品设计绝不应该以效率为先

标准化产品优化与营销管理篇

第一部分 标准化业务客群分析与优化方向

一、客群界定及分析

1.共营型客群

2.共需型客群

3.增信同一型客群

4.渠道型客群

5.衍生型客群

二、对客户经理的支持及考核

1.产品支持——同业产品与本行产品爆点讲清楚

2.客群需求支持——精准确定特定客群信贷旺季

3.活动支持——产品触点精准传播

4.特定考核——MGM、双挽、活动激励

三、产品适配分析

（一）标准抵押产品

1.抵押系列产品核心爆点

2.效率型抵押营销场景

3.便捷型抵押营销场景

4.期限型抵押营销场景

5.灵活性抵押营销场景

（二）线上信贷产品

1.核心爆点分析

2.渠道与线上推广

3.线下推广方法

第二部分 标准化业务营销管理

一、标准化业务营销四要素

1.客户

2.客户经理

3.产品

4.场景

二、客户在哪里

三、客户经理营销技能

1.WORK HARD (没有技巧)

2.WORK SMART (需要技巧)

场景训练：电话营销、客户拜访时客户利益点提炼

3.WORK OUT

四、标准化产品运用

1.标准化产品分类

2.标准化产品优化方案设计

3.标准化产品爆点

4.营销活动落地场景

第三部分 标准化业务场景营销案例分析

一、标准抵押产品外拓案例——团购活动

1.客群需求分析

2.产品分析

3.活动组织与实施

4.活动效果分析

二、五金市场线上产品外拓案例

1.线上产品优缺点分析

2.五金市场业户经营状况

3.活动组织与实施过程

4.活动效果分析

三、标准化产品商会营销案例

1.商会标准产品营销条件

2.商会营销活动形式

3.案例活动组织与实施

四、流失户挽回营销案例

1.客户认定条件

2.客户分析会

3.考核标准

4.客户经理营销方式

5.营销效果总结

非标准业务产品创新与营销模式创新篇

第一部分 非标批量设计与基础供应链金融

一、非标场景开发

1.意义

2.失败的可能情形

3.非标场景中方案设计步骤

二、非标场景下的风险因素

1. 是否存在交易以及真实性
2. 控制权以及控制能力的风险
3. 同一风险因素制约

三、专属产品设计的核心要素

1. 额度控制
2. 规避单一风险源
3. 专属产品并非满足所有客户需求

四、供应链的重新认识

1. 供应链的含义
2. 传统供应链金融的局限
3. 如何让供应链在小微金融领域获得新生

五、公小联动核心风险点

1. 核心企业风险控制
2. 交易风险控制
3. 信用风险控制

六、小额分散开展公小联动

1.公小联动核心企业痛点把握

2.客群需求挖掘

① 基建企业与供应商

② 医院与供应商

③ 专业市场与商户

第二部分 非标设计练习

一、 当地非标客群分析

二、 小组产品设计训练