

# 《小微信贷业务营销与风险识别》

讲师：仪老师

**【课程背景】**近年来随着实体经济增速地位徘徊，以及互联网冲击下传统商业模式的巨大转变等因素，导致商业银行信贷业务风险事件频繁发生，银行案防压力持续加大。剖析现阶段集中爆发的信贷风险问题，商业银行信贷风险管控仍存在一定的薄弱环节：

- ✓ 信贷业务各环节的风险点识别问题；
- ✓ 尽职调查与隐含道德风险的问题；
- ✓ 风险管控中后台如何与业务一线形成良性互动问题。

本课程通过信贷业务全流程的梳理与分析，以及大量风险管理典型案例的剖析，为商业银行信贷业务风险管理提供有效建议。

## **【课程目标】**

- ✓ 通过信贷业务全流程的分析，剖析各环节的风险点识别方法；
- ✓ 通过对贷前交叉检验技术的实践案例的分析，使学员掌握交叉检验的方法和技巧；
- ✓ 通过贷后检查方法和贷后预警信号的识别，为信贷业务风险预警及逾期处置提供有效指导。

**【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】**商业银行营销与风险条线中高级管理、信贷客户经理。

## **【课程目录】**

### **信贷业务逻辑与信贷合规篇**

#### 一、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 1：怎样判断客户的还款意愿？

练习 2：农村种植大户的还款能力怎样判断

## 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

## 小微信贷营销篇

### 第一部分 小微信贷标准化营销策略与方法

#### 一、营销四要素

##### 1.客户

##### 2.客户经理

##### 3.产品

##### 4.场景

#### 二、精准获客

##### 1.存量客户转介

2.系统内资源挖掘

3.联动营销

4.同业优质客户

三、客户经理营销基本素养

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、营销技能——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

五、营销技能——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

六、信贷信用产品运用

1.标准化获客型信用产品

2.存量客户挖潜信用产品

3.信用类信贷产品运用的核心风险控制

**第二部分 名单客户营销情景训练**

## 一、准备一份营销名单

## 二、营销准备

- 1.企查查、预警通等 APP 了解客户信息并分析
- 2.企业股东、高管人员实控或参股其他投资：在本行业务情况或与存量客户可能的业务关系
- 3.注册地址：存量客户是否与其邻近
- 4.企业新闻：企业实控人偏好及营销关键人
- 5.企业主营：判断资金需求特点
- 6.邀约时间判断
- 7.打电话的营销话术

## 三、电话邀约

- 1.电话邀约谁
- 2.恰当的时间
- 3.邀约的理由
- 4.邀约的跟进

## 四、客户面访

- 1.选对时间
- 2.面访场景的安排
- 3.客户需求的逐步深入
- 4.面访中案例的代入
- 5.客户体验的启动

## 五、案例情景分析

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。

### **第三部分 信贷业务非标准场景下批量开发**

#### 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、非标场景中专属产品设计案例

##### 1.基于商圈

2.基于商会

3.存量客户

五、现场讨论与典型案例

## 小微信贷风险识别篇

### 第一部分 贷前客户准入与非财务信息风险识别

#### 一、借款人的非财务信息要点

1.借款人及其家庭的真实性、背景及成长经历

2.借款人借款理由的逻辑合理性

3.借款人经营（或工作）的稳定性

4.借款人现有负债的合理性

5.借款人还款能力和还款来源

6.借款人抗风险能力

7.借款人或其家庭成员其他经营或投资情况

8.借款人民间借贷、对外担保情况

9.借款人或其实际控制人口碑（员工、上下游合作伙伴、临近业户、邻居、管理方等）

#### 二、非财务信息的偏差分析

本地贷款申请人画像练习：你认为贷款客户哪些特征是好的？

1.实控人与经营

2.实控人家庭与经营

3.经营场所匹配度

4.征信记录与信用

练习：从客户征信中找风险点

5.资本积累的过程

案例剖析：收入高的客户不一定是好客户

三、主体的审查方法

1.合法性

2.偿债能力

3.贷款用途合理性

四、客户交易合同的合规性审查

1.客户经营的基本问题

2.产品与经营能力

练习：怎样判断客户的产品具有市场需求？

3.交易主体与偿债责任真实性

4.交易合同与偿债匹配性

练习：交易合同真假判断

## **第二部分 抵押物的合法性与有效**

一、担保或抵押风险要点

1.担保人的担保意愿

2.担保人担保的真实目的

3.担保人的风险（按照借款人非财务、财务调查方法）

4.担保人与借款人的关系

5.抵押物价值

6.抵押物的变现能力推演

## 7.抵押物可能存在的处置瑕疵

### 二、抵押的“实”与“虚”

- 1.对还款意愿的制约
- 2.代偿或处置的有效性
- 3.抵押“不实”的表现与特征

### 三、不动产抵押

- 1.标准不动产的内涵及要素

练习：我们身边的标准抵押物有哪些

- 2.不动产评估的风险控制
- 3.非标准不动产的风险控制
- 4.不能办理抵押的房产

案例剖析：价值远超贷款额的抵押物就一定安全吗

- 5.共有产权在抵押业务中的法律风险

## 第三部分 财务风险识别

### 一、借款人的财务风险判断要点

- 1.核实借款人资产中金额或占比较大科目的真实性
- 2.尽可能测算借款人及其家庭成员的真实收入
- 3.尽可能查询或推算借款人及其家庭成员全部负债
- 4.尽可能测算或推算借款人及其家庭成员运营及家庭成本
- 5.测算借款人现有负债及增加本行贷款后的偿债能力
- 6.测算借款人毛利并与经营类别相同客户比较
- 7.根据财务指标推算借款人已结清负债或未到期负债真实还款来源

## 二、收入检验

### 1.客户口述检验法

练习：“客户”是否是真实的

### 2.账本检验等方法

练习：怎样判断账本的真假

## 三、财富积累检验

### 1.财富积累大于权益的客户风险

案例剖析：客户不良嗜好如何判断

### 2.财富积累小于权益的客户风险

## 第四部分 贷后管理与不良清收

### 一、贷后检查的目的

#### 1.确保贷款流程的合规性

#### 2.降低贷款的信用风险

### 二、信贷资料的规范性

#### 1.信贷资料真实

#### 2.资料之间不存在逻辑瑕疵

#### 3.信贷资料保存的顺序性

### 三、信贷合同文本风险

#### 1.民法典与信贷合同

#### 2.信贷合作与消费者权益保护

### 四、风险化解原则

#### 1.现金清收为王

2.信息为王

3.压降有度

五、清收的TSP