

《个人消费信贷的营销》

主讲：李瑞倩

【课程背景】

随着我国居民人均收入的提高，零售业特别是线上零售业的飞速发展，用于个人消费领域的信贷投放也在逐年递增。中国消费信贷市场规模的扩张主要由消费者的消费支出和使用信贷进行消费的意愿提升驱动。中国消费信贷主要包含信用卡、分期及其他无担保的信用产品（不含个人经营贷款、汽车贷款及房贷）。中国消费信贷市场规模预计将从2019年的13万亿元增长至2025年的24万亿元，期间年均复合增长率为11.4%。

个人消费贷款业务的快速发展，要求商业银行不断加强个人消费贷款业务风险控制能力和管理水平。面对纷繁复杂的个人消费信贷市场，固有的营销及风控模式显然已无法满足市场的需求，如何在多种融资主体并存的互联网时代发展个人消费信贷业务，同时把好评控关？已成为各家金融机构瞩目的焦点。

本课程从信贷文化、消费信贷营销、消费信贷风控等方面为个人消费信贷业务做出一次全新的画像，拟在个贷从业者、管理者中引起共鸣与思考。

【课程收益】

- 学会用互联网思维营销个贷业务
- 学会用SWOT分析方法调研市场
- 学会顾问式销售方法（SPIN）

【课程时间】1天（6小时/天）

【课程对象】银行个人信贷从业人员、风控专员金融机构、客户经理

【课程方式】讲师讲授+案例分析+小组讨论+学员分享+现场演练+强化训练

【课程大纲】

一、个人信贷营销准备

知市场

- 市场调研
 - a 绘制作战地图（区域、对象、规划）
 - b 客户分层（特征、行业、需求）
- 市场预热
 - a 核心客户准备
 - b 宣传方案拟定

知对手

- 同业机构
- 竞争优劣势
- 竞品分析
- 资源整合

知自己

- 自己的产品
- 自己的服务
- 自己的队伍
- 自己的政策

知客户

- 消费信贷客户特征：客户表现、用途
- 消费信贷客户融资需求：小、频、急

- 消费信贷客户融资偏好：四个渠道
- 实操：个人消费信贷的营销推广方案设计与展示

二、个人消费信贷营销技法

1. 个贷客户的场景营销

- 圈——商圈核心人
- 链——供应链核心企业
- 会——商会核心利益
- 车——车相关以产品为王
- 公——公司以福利为入口
- 社——社区以活动为敲门砖

2. 个贷营销利器之“产说会”

- 产说会的重要性
- 产说会的流程
- 案例：李老师的产说会
- 实操：产说会开场白设计

3. 个贷客户营销聊天技巧

- 投其所好
- 专业专注
- 夸奖赞美
- 投石问路
- 顺藤摸瓜
- 换位思考

【互动】角色扮演

三、个人消费信贷营销流程

1. 流程之“天龙八部”

□ 营销准备→发现客户→了解需求→介绍产品→倾听抱怨→答疑解惑→提出建议
→及时回访

2. 如何开展客户拜访

- 拜访客户的目的
- 拜访客户的六大注意事项
- 拜访客户的方式
- 客户异议处理
- 案例：客户异议处理话术