

《小微客户批量化营销》

主讲：李瑞倩

【课程背景】

在当前的金融市场环境下，小微企业数量众多，它们对金融服务的需求旺盛。然而，由于大多数小微企业的经营规模较小，财务状况较为简单，银行等金融机构对其授信面临着较大的风险和挑战。因此，如何实现小微客户的批量营销，提高金融服务覆盖面，是当前金融机构亟待解决的问题之一。本课程将通过实战指导的方式，介绍如何针对小微企业的特点和需求，制定和实施有效的营销策略，实现批量营销和精细化管理，提高客户满意度和忠诚度。

随着金融市场竞争的不断加剧，存量客户已经成为各家银行等金融机构的重要资源之一。如何维护好这些存量客户，提高客户满意度和忠诚度，同时实现客户的衍生和发展，是当前金融机构面临的重要问题。本课程将通过分析客户需求的视角，介绍如何制定和实施有效的客户维护策略，提高客户满意度和忠诚度，实现客户的衍生和发展。

社区银行作为新型的小微金融服务模式之一，具有贴近社区、了解客户需求等优势。在当前金融市场环境下，社区银行在服务小微企业和居民方面具有广阔的发展前景。本课程将介绍社区银行的经营模式、市场定位、风险管理等方面的内容，同时结合具体案例和实践经验，探讨如何实现社区银行的成功经营和发展。

【课程收益】

- 了解小微企业的特点和需求，制定和实施有效的营销策略，实现批量营销和精细化管理，提高客户满意度和忠诚度。
- 掌握如何制定和实施有效的客户维护策略，提高客户满意度和忠诚度，实现客户的衍生和发展。掌握更加科学的工作方法和工具，提升工作效率。
- 了解社区银行的经营模式、市场定位等方面的内容，探讨如何实现社区金融成功经营和发展。

【课程时间】1天（6小时/天）

【课程对象】对公客户经理、信贷经理

【课程方式】实战讲授+案例研讨+情景互动+角色扮演+团队共创+行动学习

【课程大纲】

一、小微客户批量化营销及实战指导

1、小微客户的定义及特点

- 小微客户的界定和类型
- 小微客户的经济特征和金融需求

2、小微金融市场的现状和发展趋势

- 小微金融市场的发展现状
- 小微金融市场的未来趋势

3. 小微客户批量化营销的策略和技巧

- 小微客户批量营销的流程和方法
- 营销技巧和沟通策略的运用

- 客户需求分析和产品定制

二、存量客户维护及衍生

1. 存量客户的定义和特点

- 存量客户的界定和类型
- 存量客户的经济特征和金融需求
- 了解你的存量客户
 - a. 高净值社群价值分析
 - b. 小微企业主价值分析
 - c. 老年客户价值分析
 - d. 宝妈社群价值分析
 - e. 公务员社群价值分析

2. 人情关怀和客户维护

- 客户关系管理：建立完善的客户信息管理系统，对客户信息进行收集、整理、分析，以便更好地了解客户需求和行为特征。
- 客户服务：提供优质的客户服务，包括咨询、投诉处理等，提高客户满意度。
- 产品升级：根据客户需求，定期升级金融产品，提高产品竞争力。
- 交叉销售：在满足客户需求的同时，发掘客户的潜在需求，实现交叉销售，提高客户贡献度。
- 客户维护：定期与客户沟通，了解客户需求，保持客户关系。
- 客户关怀：通过节日问候、生日祝福等方式，表达对客户的关心和关注，提高客户忠诚度。
- 客户培训：对客户进行金融知识培训，提高客户的金融素养，增强客户对金融产品的信任度。

3. 存量客户沙龙营销活动

- 对公营销沙龙活动的价值维度与属性特征
- 对公营销沙龙活动的谋篇、策划与实施

4. 客户衍生的实现路径

- 客户需求分析与把握
- 建立长期合作关系

三、小微金融模式之社区化经营

1. 社区化经营概念解析

- 社区化经营的定义和内涵
- 社区化经营与小微金融的关系

2. 社区资源整合与利用

3. 社区客户需求与定位

- 分析客户需求，精准定位而服务对象
- 根据需求，制定个性化的金融服务方案

4. 社区营销策略与实施

- 了解目标客户：在制定营销策略之前，需要了解目标客户的需求、喜好和行为模式。可以运用市场调查、大数据分析等手段，对客户进行精准画像，以便更好地满足他们的需求。

- 制定合适的营销策略：根据目标客户的特点，制定相应的营销策略。这包括确定宣传渠道、制定宣传内容、选择宣传时间等。在策略制定过程中，应注重与客户的沟通和反馈，以便及时调整策略。
- 建立品牌形象：在社区中建立独特的品牌形象，让客户能够轻松地识别和记住你的品牌。可以通过打造品牌故事、选取品牌代言人等方式来实现。
- 增强客户粘性：通过积分、优惠券等福利手段，增强客户粘性，让客户更愿意在你的社区中消费。同时，可以建立会员体系，为客户提供更优质的服务和体验。
- 做好客户服务：优质的客户服务能够提高客户满意度和忠诚度。在社区中，可以通过在线客服、电话等多种方式，及时解决客户的问题和反馈，提高客户体验。
- 不断创新：社区营销需要不断创新，以吸引更多的客户和提高品牌知名度。可以通过引入新业务、举办社区活动等方式来实现创新，同时也可以借助新技术如 AI、VR/AR 等来提升营销效果。

四、信贷营销全流程与实践方法

1. 售前准备

- 零售销售产品售前准备的九种工具与表格
- 客户信息收集表、通货膨胀表、生命周期表、市场趋势走势表、资产配置表、不景气环境下投资策略、产品 DM、信息简报、产品销售 DS
- 客户售前信息收集表（表格及使用方法）
- 售前准备八个“一”——4 个工具、2 个通讯方式、1 个展示、1 个客户定制方案

2. 开场话术

- 开场白的目的
- 开场白的关键点
- 建立信任

3. 需求挖掘

- 挖掘客户需求的四个步骤
- 需求挖掘话术实践（具体产品由行方选择）
- 四种类型客户需求挖掘技巧

4. FABE 产品介绍法则

- 产品特征介绍（F）
- 产品优势以及他行对比（A）
- 产品带给客户的利益（B）
- 说服客户的证据（E）

5. 客户异议处理

- 客户异议处理的种类
- 异议处理 3F 法则：客户的感受、别人的感受、发觉
- 客户异议处理 LSCPA

6. 促成的方法

- 从众心理法、风险分析法、突出优势法、请求购买法、激将法、赞美鼓励法、二择一法、“是的”逼近法