

零售信贷客户营销能力提升

主讲：林涛

【课程背景】

经历了疫情几年的猛烈冲击和自身发展规律影像，中国经济发展趋势已经逐步发生变化，对银行业来讲整体发展形态也有所变化，客户状况的改变、经济环境的改变、利率市场的改变等等因素，让我们传统的营销模式也发生了变化，获客成本越来越高，营销难度越来越大，市场争夺越来越卷，以往粗犷的营销方法已经完全不适应目前的发展环境。

【课程收益】

本课程主题以“零售业务批发做”为核心理念，从客户营销的锁客环节及营销技巧环节进行详细讲解，课程能做到引方向、教方法、重实战，同时结合大量实际案例，让学员能够充分掌握新市场环境下怎样快速搞定零售信贷客户

【课程对象】零售信贷客户经理及相关管理人员

【课程时间】1天

【课程大纲】

第一讲：银行零售信贷营销现状

一、市场端

- 1、金融政策不断影响
- 2、经济因素信贷总量放缓
- 3、后疫情时代的惯性思维

二、产品端

- 1、同质化情况严重
- 2、价格战愈演愈烈
- 3、线上产品冲击明显

三、客户端

- 1、先进行利率比较
- 2、主观需求减少
- 3、多轮轰炸疲态

第二讲：“五环”锁定你的客户

一、第一环“客群导航”

- 1、客群的定位及分类原则
- 2、同业产品分析
- 3、我行适配度比对

4、锁定目标客群

二、第二环“工具建档”

1、CRM 指向性功能介绍

- (1) 客户管理
- (2) 营销管理
- (3) 模型管理

2、辅助工具使用

- (1) 增量目标客群精准分析指引
- (2) 存量目标客群精准筛选指引

三、第三环“需求分析”

1、第一阶段—分析客户需求

- (1) 行业周期
- (2) 用款节点
- (3) 消费习惯

2、第二阶段—发掘客户需求

- (1) 村镇网格化
- (2) 实地走访
- (3) 行业上下游

3、第三阶段—创造客户需求

- (1) 场景化营销策划
- (2) 主题活动开展

四、第四环“渠道融合”

1、政府机构

2、行业产业协会

3、关联企业

4、异业融合

五、第五环“营销策划活动”

案例分享

第三讲：目标客户营销要点

一、客户沟通的五个阶梯

1、巧建信

2、碰需求

3、配产品

4、促成交

5、长维护

二、存量客户联系

1、存量客户联系四大博弈

2、存量营销（潜在客户）的双效结合

3、白名单客户联系的八步致胜

三、农村客户营销专题

1、营销策略

2、信息联系

3、重点三工作

重点案例分析

1、联通异业联盟批量用信案例

2、消费贷款包装“装修贷”批量获客

3、供应商行业周期需求匹配批量开发