中国工商银行股份有限公司

INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA



中小企业信贷市场营销

方法与流程





中国工商银行

INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA

2009年5月

网上银行：www.icbc.com.cn 电话银行：95588

1 市场营销基本概念

2 公司业务营销流程

3 客户经理常用营销技巧





中国工商银行
INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA

网上银行：www.icbc.com.cn 电话银行：95588

一、市场营销基本概念

- 市场营销
- 市场细分
- 目标市场选择与目标市场定位
- 市场营销的决策

1. 市场营销

美国市场营销协会(AMA)于1985年对市场营销下了比较完整和全面的定义：

市场营销“是对思想、产品及劳务进行设计、定价、促销及分销的计划和实施的过程，从而产生满足个人和组织目标的交换。”



“4P”

市场营销的基本要素包括：

- ✓产品（Product）
- ✓价格（Price）
- ✓促销（Promotion）
- ✓渠道（Place是分销“distribution”的同意词）

“6P”

市场营销的基本要素包括：

- ✓ 产品（Product）
- ✓ 价格（Price）
- ✓ 促销（Promotion）
- ✓ 渠道（Place是分销“distribution”的同意词）
- ✓ 政治力量(Political Power)
- ✓ 公共关系(Public Relation)

2. 市场细分

市场细分(Market segmentation)是指将一个整体市场(按照某种标准)划分为若干个子市场，为目标市场选择提供依据。

例如，公司客户市场可划分为大型企业、中型企业和小企业，不同类型的企业对资金需求的规模是不同的。



南京小企业市场细分

- 专业物贸市场：钢贸市场、油贸市场、装饰材料
- 开发区市场：指园区内入驻企业及为园区基建开发配套的企业
- 大型法人客户上下游市场：围绕核心法人客户，拓展其上下游的小企业客户
- 现代物流市场（苏果、航运）、文化创意产业（广告、动漫）

3. 目标市场选择与定位

- 完成市场细分后，需要从细分后的市场中选择一个或几个子市场作为营销目标，即为目标市场选择。
- 目标市场定位是指银行将自己放在目标市场的何种位置上，对目标市场上的客户、产品、竞争区域施加何种影响。

SWOT分析法

目标市场选择和定位的方法一般都可以运用SWOT分析法，即：

- ✓ 优势(Strengths)
- ✓ 弱势(Weaknesses)
- ✓ 机会(Opportunities)
- ✓ 威胁(Threads)

工商银行SWOT分析

优势	硬件：网点多，先进的计算机系统和网银系统
	软件：存贷款同业最大，资产质量好，强大的内部风险控制能力，健全的经营管理制度，品牌知名度高，优良的服务水平，先进的服务理念，高效的工作效率
弱势	以行政区域划分的机构设置，跨区域协调存在的问题、条线管理比较多，部分业务流程较长，对新的产品推广力度较慢，定价机制相对比较刚性
机会	全球最大行，所有业务都比较强，个人业务、公司业务、投行业务、现金管理、清算平台同业领先
威胁	客户层面关心的产品、工作效率、服务、成本四方面存在的问题，局部的产品领域受中小商业银行冲击

4. 市场营销的决策

市场营销的决策是一个比较复杂的过程，主要包括：

- ✓产品决策
- ✓分销渠道决策
- ✓定价决策
- ✓促销决策



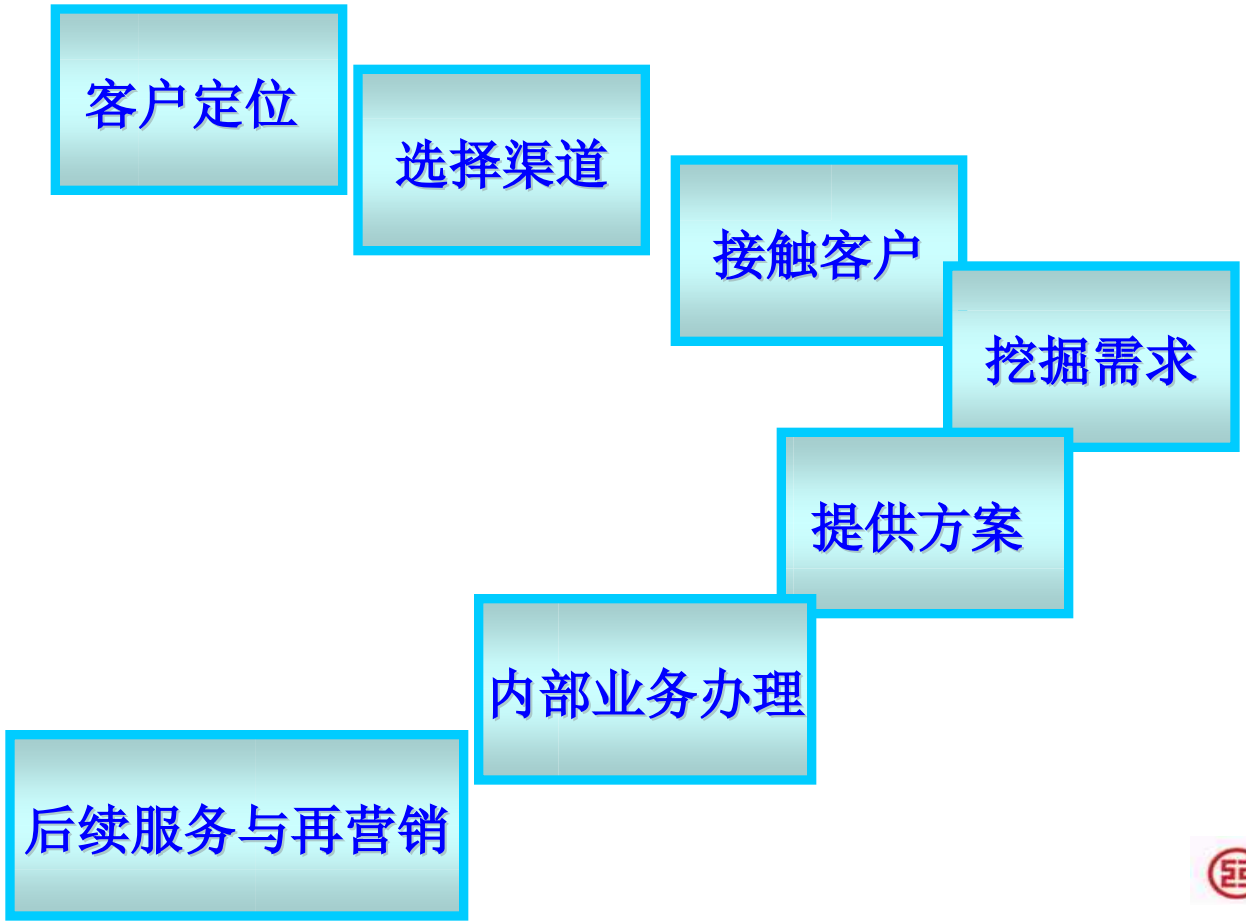
1 市场营销基本概念

2 公司业务营销流程

3 客户经理常用营销技巧



公司业务营销流程图



网上银行：www.icbc.com.cn 电话银行：95588

1. 客户定位

了解商业银行的经营目标：

- ✓追求利润
- ✓控制风险
- ✓提高市场占有率
- ✓扩大客户规模
- ✓提升银行形象

1. 客户定位

市场细分

- ✓按客户所属行业划分
- ✓按企业规模划分
- ✓按企业经济性质划分
- ✓按企业资信等级划分

2. 选择渠道

分销渠道

- ✓柜台（或客户经理上门）销售
- ✓网上银行销售
- ✓依托其他载体的销售

在公司客户营销过程中，常见的营销渠道有：政府机构、专业担保公司、其他中介机构、商业信函、营销推介会（片会）、亲戚或朋友、现有客户等。

3. 接触客户

拜访前的准备

- ✓收集客户的基本信息
- ✓制定访问计划
- ✓营销工具的准备
- ✓预约拜访时间



3. 接触客户

拜访客户的一般步骤

- ✓与客户寒暄
- ✓根据实际情况决定具体的介绍内容
- ✓简单陈述此行的目的
- ✓了解客户的基本情况以及需求
- ✓结束拜访
- ✓拜访总结



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：https://d.book118.com/395210342123011040