

《银行：个人客户经理（理财经理）理财规划与资产配置营销技能提升》

【授课时长】

实战版 6 天、浓缩版 3 天

【授课对象】

银行个人客户经理

【课程大纲】

(领导开训:强调学习的意义和纪律)

头脑风暴：您碰到哪些关于银行理财产品营销技巧、客户维护等方面的问题？每人提一个问题，老师将这些问题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、演练，解决学员实际难题。

第一章、陌生存量客户邀约技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、电话邀约前期准备工作

(一) 电话邀约目标

(二) 电话邀约前的六类业务知识的准备及训练

二、电话邀约的基本流程与技巧

(一) 客户会谈准备

1、客户信息收集与分析

2、客户约见理由的选择与包装

3、短信预热

“电话未打，约见便已经成功一半”

4、电话目标的设定与排序

【练习】：典型客户的约见准备——制定联系计划表、设计预热短信

(二) 低风险开场白

1、客户对陌生人的信息需求

2、传统电话中的信息效用分析

3、开场白的三个关键点：确认客户、告知电话内容、约定电话时长

4、电话开场白的脚本策划

5、本环节典型异议处理

6、陌生客户的邀约开场白

【讨论】：你是如何传递专业与动机的

【练习】：开场白的应用——新客户、老客户、转介绍客户

(三) 约见理由呈现

1、职业化的言语风范

2、以客户利益为中心的语言意识

3、高度客户化的语言内容

4、典型异议处理技巧

(四) 见面时间敲定

1、欲擒故纵——让客户自己敲定

将选择自由交给客户，增加良性感知

2、主动出击——时间限制法

拿回主动权，站在客户角度的二择其一

3、有张有弛——退求其次

不死磨硬磕，约定下次电话时间

【话术通关】：如何敲定见面时间

(五) 后续跟进

三、电话邀约技巧

(一) 营造沟通氛围

沟通地点、沟通时间、双方情绪、灿烂笑容、赞美肯定、情绪调整

(二) 沟通六件宝：微笑、赞美、提问、关心、聆听、“三明治”

(三) 深入对方情境

1、行为冰山模型

2、钓鱼理论

3、对方最关心的是什么（聆听与观察）

4、如何站在对方立场进行沟通

5、进入对方心理舒适区

(四) 高效引导技巧

1、开放式提问、封闭式提问

2、SPIN 提问模式

3、经典高效引导技巧

(五) 三明治法则

第1层-积极情感层面(好)：理解、肯定、鼓励、赞美、关心

第2层-核心问题层面(坏)：询问、建议、忠告、要求、引导

第3层-积极情感层面(好)：鼓励、肯定、赞美、希望、关怀

三、电话邀约促成技巧

(一) 假设成交法

(二) 视觉成交法

(三) 心像促成法

(四) 总结缔结法

(五) 对比缔结法

(六) 请求促成法

四、电话邀约结束技巧

五、电话邀约的成功法则

(一) 大数法则

(二) ABC 配合法则

(三) 全方位邀约法则

(四) 连续邀约法则

短片观看及案例分析：安利处理顾客异议的案例

李阳疯狂英语：电话邀约顾客异议处理正反案例

儿童记忆力课程：电话邀约顾客异议处理正反案例

第二章、挖掘客户需求及引导式营销技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演

练)

一、客户深层需求及合作心理分析

(一)客户冰山模型

(二)高效收集客户需求信息的方法

(三)高效引导客户需求的方法

(四)大客户合作决策心理分析

二、客户档案建立与分类管理技巧

(一)客户汇总表

(二)关键人物档案表

(三)重点客户详细档案表

(四)重点企业客户详细档案表

三、客户需求引导与制造技巧

(一)入门版：直接陈述引导

(二)初级版：提问引导技巧

(三)中级版：制造痛苦引导技巧

(四)高级版：SPIN 技巧

(五)最佳版：经典高效引导技巧

四、客户分类

(一)积极投资型

(二)未知抗拒型

(三)受伤抗拒型

(四)资深抗拒型

五、积极投资型、未知抗拒型客户：批量需求挖掘与引导技巧

(一)高效批量需求挖掘与引导技巧

(二)营造营销氛围

六、积极投资型、未知抗拒型客户：提问引导技巧

(一)开放式提问、封闭式提问

(二)让人难以拒绝的引导技巧

(三)让人立即产生兴趣的引导技巧

七、受伤抗拒型、资深抗拒型：深度引导技巧

(一)制造痛苦引导技巧

(二)SPIN 深度引导技巧

八、受伤抗拒型、资深抗拒型：全面引导技巧

(一)客观分析引导技巧

(二)排他分析引导技巧

(三)此消彼长利弊分析引导技巧

案例分析及模拟演练：

案例一：刘先生，约 45 岁，某企业主，多次推荐，他均以保险收益太低，为由拒绝营销

案例二：张姐，约 35 岁，某事业单位职工，阳光收入颇高，多次推荐，她均称以前在银行被骗过，再也不相信银行了，只存活期，其它都不办理。

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第三章、理财规划与资产配置及营销策略（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、客户关系的管理

- (一) 客户关系的建立
- (二) 客户财务分析与评价
- (三) 理财规划方案的制定
- (四) 理财规划方案的实施

二、金融与非金融的资产配置

1、金融投资/产品的配置

- (1) 固定收益类产品
- (2) 信托产品
- (3) 储蓄和现金管理类产品
- (4) 房地产相关投资
- (5) 股票类产品：基本面分析与技术面分析
- (6) 基金：TOT,FOF,指数化等分析
- (7) 实物投资(黄金)
- (8) 私募股权投资/风险投资：PE与VC
- (9) 保险：双10定律；4321方式；80法则
- (10) 金融衍生品
- (11) 任意形式的海外投资

2、非金融投资/产品的配置

- (1) 私人飞机、游艇、豪华房产购置
- (2) 艺术品收藏和投资
- (3) 高端娱乐项目
- (4) 企业管理咨询
- (5) 税务咨询
- (6) 对国家政策、产业
- (7) 发展方向的研究
- (8) 投资移民咨询
- (9) 法律咨询
- (10) 融投资机会介绍
- (11) 主题沙龙活动
- (12) 高端养老
- (13) 子女教育咨询
- (14) 高端旅行咨询
- (15) 高端医疗服务

三、资产配置理论

- (1) 经济周期与美林时钟方式配置
- (2) 战略资产配置与战术资产配置
- (3) 动态资产配置与静态资产配置
- (4) 积极资产配置与消极资产配置

四、家庭常见规划

(一) 现金与消费支出规划

1. 家庭生命周期阶段的分析
2. 现金规划与现金规划工具
3. 现金与消费支出规划方案的制定

4. 现金与消费支出规划案例

(二) 教育规划

1. 教育规划概述
2. 教育规划工具的选择
3. 教育规划方案的制定
4. 教育规划案例分析

(三) 住房规划

1. 住房需求分析
2. 购房的财务策略和融资方案
3. 房地产投资
4. 住房规划案例分析

(四) 投资规划

1. 投资需求与投资规划
2. 投资的影响因素及投资工具的选择
3. 投资规划方案的制定
4. 投资规划案例分析

(五) 风险管理与保险规划

1. 风险与保险
2. 家庭保险工具的选择
3. 保险理财规划方案设计的原则和方法
4. 保险规划案例分析

(六) 退休养老规划

1. 退休生活设计与退休费用分析
2. 现行社会保险体系
3. 退休养老理财规划的方法与建议

(七) 税收规划

1. 税收规划的概念、原则与方法
2. 个人所得税
3. 家庭税

(八) 财产分配与遗产规划

1. 家庭财产风险的种类与财产界定
2. 财产分配规划的原则和工具
3. 遗产与遗产规划
4. 财产分配与遗产规划

五、理财规划与资产配置方案建议书编写

(一) 标题、正文格式

(二) 家庭情况分析

1. 基本情况
2. 资产负债情况
3. 家庭收支情况
4. 家庭保障情况
5. 情况小结

(三) 个人理财计划的制定

1. 几点基本假设：

- a) 通货膨胀的预测：
- b) 家庭收入增长的预测：
- c) 宝宝教育费用的预测：
- d) 房价的增长预测：
- e) 最低现金持有量：
- 2. 风险承受能力分析：
- 3. 投资理财建议：对现有资产的处置、建立新的资产组合配置
- 4. 家庭保障配置：

六、其他银行理财规划与资产配置营销案例

- (一) 广州理财规划与资产配置营销案例
- (二) 建设理财规划与资产配置营销案例
- (三) 广州理财规划与资产配置营销案例
- (四) 包商理财规划与资产配置营销案例
- (五) 农村信用社理财规划与资产配置营销案例
- (六) 天津农行理财规划与资产配置营销案例
- (七) 渤海银行理财规划与资产配置营销案例
- (八) 广东农商行理财规划与资产配置营销案例

模拟演练、点评分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第四章、银行客户心理分析(案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练)

一、高净值客户分析

- (一) 全国高资产净值人群的分布，根据地域特点采取合适的营销对策
- (二) 高资产净值人群的性别、年龄、学历的分别状况与营销对策
- (三) 高资产净值人群的婚姻状况，职业状况与合适的营销对策
- (四) 高资产净值人群的婚姻状况，职业状况与合适的心理需求

二、网点客户识别六大关键信息

- (一) 物品信息
- (二) 言语信息
- (三) 行为信息
- (四) 业务信息
- (五) 单位信息
- (六) 住宅信息

三、客户的气质类型与不同细分群体客户消费心理分析

- (一) 客户气质类型分析
- (二) 不同气质类型客户的行为特征
- (三) 基于客户理财投资心理的市场细分
- (四) 如何从客户心理细分出发考虑
- (五) 不同职业客户的消费心理分析：公务员、金领、白领、农民等不同职业客户消费心理分析
- (六) 不同资产状况客户的消费心理分析
- (七) 不同年龄的消费者的价值观分析
- (八) 社会文化对客户心理的影响

四、客户关系营建及维护

- (一) 全员动员服务客户
- (二) 现代客户关怀工具的使用技巧

(三) 沟通频率与质量；

(四) 敢于表达意愿；

广州招行案例

中信银行案例

兴业银行案例

示范指导、模拟练习

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第五章、实践演练

设计八个不同行业、不同收入、不同性格的家庭，进行理财规划与资产配置练习实践

讨论点评

课程结束：

一、重点知识回顾

二、互动：问与答

三、学员：学习总结与行动计划

四、企业领导：颁奖

五、企业领导：总结发言

六、合影：集体合影