

《理财客户星级与资产提升》

——银行服务营销专家 汪含老师主讲

【课程对象】：银行综合客户经理、理财经理

【课程时间】：实战版 1 天

【课程大纲】：
(领导开训:强调训练的意义和目的)

头脑风暴：每人提出工作中的难题，老师将这些难题作为案例在整个课程中巧妙地穿插，分析。

前言、高端客户服务理念 (案例分析、短片观看、图片观看、示范指导、模拟演练、头脑风暴)

客户对于银行需求的转变

客户的现状

第一章、高端客户关系营建与公关技巧 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练)

(一) 客户关系的 4 个阶段：认识→好感→信赖→同盟

- ✚ 了解富豪圈层及如何介入圈层
- ✚ 读懂社交语言
- ✚ 有哪些社交活动聚集客户
- ✚ 如何开发大客户

(二)、高端客户公关的关键 3 点

- ✚ 找对人
- ✚ 说对话
- ✚ 做对事

(三)、高端生活品味的共同话题

一、综合类(包、饰品、衣服、香水、化妆用品)

关于LV的三个传说

HERMES在奢侈品中的定位

GUCCL的主风格

CHANEL的故事

GIORGIO ARMANI在意大利的地位

Dior这个单词的来历

关于FENDI

PRADA的介绍

VERSACE的来历

二、手表类

PATEK PHILIPPE 钟表界的天皇巨星—百达翡丽介绍

GP 芝柏表的介绍

PIAGET 伯爵表的介绍

VACHERON CONSTANTIN 江诗丹顿表的介绍

(案例：一位中行的理财经理给一个女客户送生日礼物发现这个女客户有一块新的江诗丹顿表，于是展开话题进行营销)

JB 钟表界历史最悠久的品牌—宝珀

ROLEX 个性的手表品牌--劳力士

LONGINES 浪琴表的介绍

三、茶道与茶文化

茶道的历史

向现实中寻找—日本与台湾

在茶香中拉近距离

四、红酒与雪茄

客户的心头好

五、婚姻与传承

新版婚姻法解读

案例：侯耀文猝死导致遗产纷争

视频：《非诚勿扰》二中李香山的心愿

第二章、高端客户激活密码 (案例分析、短片观看、图片观看、示范指导、模拟演练、头脑风暴)

(一) 高端客户划分

- 一、高端客户常见职业分析
- 二、高端客户三大需求
- 三、高端客户心理动机分析
- 四、高端客户常见性格和决策身份识别

家庭总管型

独立自由型

投资恐惧型

隐姓埋名型

聚财型

赌徒型

创新型

贵宾范

权贵范

(二)、高端客户核心需求分析

一、客户服务需求分析

功能的需求

信息的需求

情感的需求

感观的需求

社会认同的需求

二、服务的终极目标----大客户忠诚

案例分析：某信托产品向高端客户倾斜

优质客户参考特征分析

中银香港私人银行营销案例

三、客户关系维护的主要方法与途径

- ✚ 电话接触
- ✚ 邮寄宣传单张
- ✚ 面对面接触
- ✚ 客户开发销售信函
- ✚ 举办说明会
- ✚ 电子邮件和手机短信息

各种开发方法的结合应用

案例：最会说话的人

第三章、高端客户开放式营销技巧（案例分析、短片观看、图片观看、示范指导、模拟演练、头脑风暴）

一、挖掘和识别高端客户

- （一）、目标客户挖掘与识别
- （二）、MAN 法则

二、高端客户信息收集与引导

- （一）、高效收集客户需求信息的方法
- （二）、高效引导客户需求的方法
- （三）、客户合作心理分析

三、高端客户沟通引导策略

- （一）、SPIN 引导技巧
- （二）、沟通引导的目的
- （三）、沟通引导实用策略

四、团队配合营销技巧

第三章、高端客户星级与资产提升技巧

一、银行高端服务项目呈现技巧

- （一）、影响产品呈现效果的三大因素
- （二）、产品推介的三大法宝

(三)、组合营销技巧

- 1、养老规划服务项目呈现技巧
- 2、子女教育规划服务项目呈现技巧
- 3、规划投资服务项目呈现技巧
- 4、信托银行理财服务项目呈现技巧
- 5、保险规划服务项目呈现技巧

二、高端客户异议处理技巧

- ❖ (一) 处理异议—异议是黎明前的黑暗
- ❖ (二) 追根究底—清楚异议产生的根源
- ❖ (三) 分辨真假—找出核心的异议
- ❖ (四) 自有主张—处理异议的原则
- ❖ (五) 化险为夷—处理异议的方法
- ❖ (六) 寸土寸金—价格异议的处理技巧
- ❖ (七)、客户核心异议处理技巧

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、点评短片观看及案例分析：

三、交叉销售 综合营销方式提升资产技巧

(一) 如何做好基金健诊(在伤口洒盐)

- (1) 基金诊断的卖点
- (2) 解决的方案：汰弱补强
- (3) 商品比较原则
- (4) 勇敢面对客户骂惨的基金

(二)、基金与资产配置

- (1) 投资报酬与资产配置
- (2) 完美资产配置的投资策略
- (3) 交叉销售与资产配置

(三)、健诊转换后的后续服务

- (1)转换完不是一劳永逸!
- (2)创造转换后的再销售机会

(四)、如何勇敢面对客户狂骂的基金

- (1) 从客诉中寻找再成交机会
- (2) 不要等到客户默默把钱都转走
- (3) 如何解决客户问题
- (4) 同理心面对

四、高端客户星级提升与深度开发策略

(一)、客户关系两手抓

- 高端客户的市场细分
- 四种客户档案建立与完善技巧
- 重点客户价值评估与鉴别
- 优质客户评价标准与选择

(二)、营建客户关系技巧

(三) 持续惊动你的客户

(1) 高端客户信息管理客户信息管客户信息管理

- ✚ 客户信息维护的种类
- ✚ 客户信息维护的途径
- ✚ 如何利用客户信息

(2) 客户分层

- ✚ 客户分层方式
- ✚ 从维护角度看客户分层法
- ✚ 客户维护的频率

(3) 客户维护计划制定

- ✚ 客户维护的内容和策略
- ✚ 客户沟通方式的偏好
- ✚ 客户经理时间分配
- ✚ 客户经理时间管理工具的使用
- ✚ 演练：制定时间计划表

(4) 监测客户发展，管理发展中的客户关系

管理发展中客户关系的指导框架

预防客户流失具体措施举例

✚ 客户流失的预警信号

✚ 对策

客户的业务量降至私人银行经理服务范围以下时的对策

持续惊动你的客户