

《新形势下的资产配置管理及理财案例实战演练》

——中级理财经理业绩提升培训

【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（此模块中红色部分如行内已培训可删除）

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

击中客户软肋——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

信托的意义

中银国际香港私行为国内富人制定的方案赏析

第二章、资产配置激活密码 (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、向客户灌输资产配置的重要性

案例：说服某位律师接受理财投资方案的全过程

二、我们的选择和难题

1、理财经理常见问题大解析

2、理财经理不可不知的基金大解密

(1) 5亿<股票型基金份额<100亿

(2) 落实四四三三原则

(3) 符合未来行业趋势主流

(4) 利用行业配置如何挑选基金

三、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

四、有图有真相

1、运用色彩逻辑学分析我们的客户

2、不同客户运用的方式方法不同

3、感官刺激决定购买的机率

4、资产配置 PPT 展示理财经理的能力

(1) 胸中有丘壑

(2) 产品的灵活选择与衔接

(3) 图表的运用与 EXCEL 的炫人技巧

案例分析：某信托产品向高端客户倾斜

为失婚女高管量身定制的 PPT 展示

五、客户关系维护的主要方法与途径

- ✚ 电话接触
- ✚ 邮寄慰问卡单
- ✚ 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

五、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

六、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

太极营销法的示范指导、模拟练习

七、高端客户关系维护与深度开发策略

- (一)、客户关系两手抓
- (二)、营建客户关系技巧
- (三) 持续惊动你的客户
- (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

第四章、高端客户沙龙营销 (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、何谓沙龙
 - 二、沙龙营销特点——小型 执行 精细
 - 1、精耕细作的观念与营销流程工作
 - 2、破旧立新——新型沙龙模式
- 案例：太太下午茶

社区纳凉晚会

某外贸公司高管小聚会

三、沙龙运作流程

决定成败的三大战役（客户预约、现场交流、后期追踪）

1、准备的要点 - 客户筛选及预约

沙龙组织的客户标准

客户邀约的技巧

视频导入：华夏一哥见面会客户邀约

电话邀约技巧三步曲——学员演练

(网点沟通、网点选择、客户筛选及沟通、会前分工会议、会前培训、物品准备)

2、会议中要点——展示与控场

(气氛调动、理应变和、现场促成、客户购买意向)

(1) 沙龙课件开发技巧

演示课件元素

常用的制作软件

(2) 了解你的听众

你的沙龙听众是什么群体？

他们为什么来参加你的沙龙？

他们对你要讲的了解有多少？

他们应该知道多？

他们对你有要求吗？

他们来自哪里？

.....

(3) 破冰之旅

自我介绍、展示内容期许（破冰）

精彩的开场白

克服紧张情绪的五招

(4) 时间控制技巧

主持人亲自准备讲稿

对讲稿内容要反复研究

利用自己做成的幻灯片反复进行事前的演习

根据环境因素适时调整

如果有偏离主题应及时控制

根据情况合理安排与控制提问时间

(5) 形体语言

眼神交流

声音的力量——语音、语调、语速

体态的魅力——阅读肢体语言

(6) 提问应对与场面烘托

如何应对提问

有人找茬怎么办？

话托的作用

销售配合的岗位安排

案例导入：PE 产品销售成功案例——高特佳我们来了

3、会议后要点——维护与跟进

(签单客户追踪、意向客户追踪、向行领导汇报)

案例导入：风水沙龙——贵金属销售成功案例