

理财经理培训方案

主讲：王海老师 6-12 课时

课程大纲

学员分组与团队建立

通过学员小组建立（确定组长、组名和口号等）和自我介绍环节，帮助学员间相互了解，并锻炼学员的口头表达能力和组织管理能力。

理财经理和理财服务专员定位与岗位职责分析

一．本环节帮助客户经理和理财专员了解其他岗位的工作要点，明确与其他工作岗位的协作关系，从而能够更为主动、灵活地发挥其工作效能，并提升其应有的营销能力。

二．通过分享同业理财经理岗位的工作现状与发展趋势，帮助学员了解个人职业发展方向与目标，进一步提升其工作热情，主要内容包含以下几方面：

- 1.工作定位及工作流程；
- 2.各业务环节岗位职责；
- 3.个人能力提升方向

优质客户的来源分析和开发的方式

1.高端客户作为特殊的客户群体，具有一些鲜明特征和特定的活动区域、社交圈子，银行要善于发现和利用这些有效的高端客户发掘途径，开展丰富多彩的营销活动；另一方面，银行系统和网点现场服务也是优质客户开发的有效途径，需要善于利用现有资源拓展新的高端客户，主要包含以下几方面：

- 2.客户的分类；

3.优质客户的来源及特征；

4.营业现场客户识别及营销；

客户开发方式汇总。

客户关系维护

1. 在银行高端客户服务体系中，总是存在重开发，轻维护的情况，银行个人业务的很大精力都投入在客户开发的工作中，但根据行业数据表明，一个维护中的满意的客户的贡献远超过一个新客户的贡献，同时开发一个新客户的成本是维护一个老客户的十五倍。因此，对已开发的高端客户进行有效的客户维护，是非常重要的，主要内容包含以下几方面：

2. 关系维护的目的；

3. 客户的需求分析；

4. 关系维护的手段；

5. 关系维护计划的制定与评估。

电话销售

电话销售是作为一种低成本、快速、高效率的营销方式。近几年在国内银行业越来越受到更多的重视，也带来了越来越好的营销业绩。对于银行网点的客户经理，如何做好电话销售，电话销售的技巧如何掌握，销售人员对电话销售技巧的认知以及如何达到销售的目的，将是本门课程重点讲解的内容。

基础客户的分析方法、富人九命个案攻略

一．通过客户的基础分析和金融心理需求，分析客户对于银行理财产品的需求，找到关键点提升客户关系，9种客户类型分析如下：

1. 家庭理财型客户；

2. 恐惧型客户；

3. 独立型客户；

4. 匿名型客户；

5. 权贵型客户；

6. 贵宾型客户；

7. 储蓄型客户；

8. 赌徒型客户；

9. 创新型客户。

营销客户沙龙活动技巧

一．在银行高端客户服务体系中，客户沙龙和营销活动是客户关系维护和客户拓展的有效手段，通过这门课程帮助大家有效的提高活动的质量和效果，主要内容包含以下几方面：

- 1.客户沙龙活动需求分析；
- 2.营销活动客户开发的手段；
- 3.营销活动计划的制定与后续评估。