

《券商营销新战略及综合服务技能提升》

主讲：文方 2 天

课程目标

- 券商大资管、大投行战略调整引发的变革
- 券商分支机构盈利模式变化引发的思考
- 如何提升机构客户营销技法及服务战略
- 新形势下券商经纪业务的生存法则
- 券商机构业务与经纪业务有效融合

课程对象

券商分支机构营销及投顾人员

授课方式

课堂讲授+案例分析+互动交流

课程大纲



模块一：新形势下券商分支机构综合金融服务盈利模式（第1天上

午）

1、新形势下券商的机遇和挑战

- 券商竞争环境分析
- 分支机构结构性变化对原有经纪业务服务模式的改变

2、营销服务人员意识和观念转变

- 营销思维要扩展
- 营销技法要创新
- 服务方式要递进
- 业务能力要跟上

3、券商分支机构的集中性改变

- 如何精准定位
- 营销与服务如何再造
- 团队建设是否需要改变

4、“盈利”不代表具有持续经营能力

- 营销服务人员需要哪些改变
- 分支机构该如何打造自己的营销服务体系
- 市场成功具有可复制性

模块二：高净值客户及高端客户关系管理及需求开发（第1天下午）

- 1、高净值客户与高端客户的区别
- 2、高净值客户营销流程
- 3、四项核心步骤
- 4、高级营销人员具备的条件
- 5、投资为主的高净值客户分层
- 6、高端客户特征及细化管理
- 7、高端客户与高净值客户的必然联系
- 8、给投资顾问带来了什么

模块三：新形势下营销技法及服务战略

- 1、综合服务能力的提升
 - 学会资源整合
 - 现有资源的相互补充

- 营销渠道选择
- 关键环节营销

2、自有服务体系营销布阵

- 分支机构服务体系建立
- 协作型服务模式开发
- 与总部建立有效合作关系

模块四：券商机构业务与客户资产管理的有效结合（第2天上午）

1、顺应市场规律，服务多元化

- 专业能力再造
- 服务产品的选择
- 如何增强客户信任度
- “情商”如何运用到与客户的沟通上

2、机构业务附加值如何体现

- 如何理解深度挖掘
- 拿来主义要有差异化

模块五：从小金融合作到大金融合作

- 1、成为专业人士
- 2、金融优质人才
- 3、得与失的诠释---合作基础

模块六：总结回顾分享（第2天下午课）

案例分享

