

授课时间	1
授课对象	营销总监、团队长、投资顾问、理财经理.....
授课方式	讲解+工具+方法+训练+点评

课程背景

高净值客户金融资产配置意识日趋提升，金融机构和产品的选择也在不断增加。面对经济趋势的下行，以及巨大的市场竞争，我们的业务人员需要能够有意识地**提高个人专业度**，与客户加速**建立信任关系**，并深度**挖掘客户的金融需求**，分析并**匹配相应方案**，促成**成交**从而提升绩效。

课程目标

- 了解高净值客户的营销价值和优势，从而调动业务人员获客积极性。
- 了解高净值客户的基本特征及其需求和痛点，能够有效地分辨筛选客户资源。
- 学习有逻辑有条理地挖掘客户信息的技巧，并为客户提供专业的配置方案。

课程大纲

[课程大纲]：

第一部分 金融营销模式的利与弊 (0.5 小时)

1. 比较：导购式 vs 关系式 vs 顾问式
2. 如何令客户觉得：“这建议和方案…我竟无法反驳！”
3. 顾问式营销的标准化流程和步骤



第二部分 知己知彼，开拓客户资源 (1.0 小时)

1. 了解市场趋势及高净值客户的基本特征及其需求和痛点
 - 客户分层定位 (行业/年龄/爱好等等)
 - 生命周期 vs 金融产品；金融需求 vs 非金融需求
2. 新客户的开拓：
 - 开拓渠道 - 从业务与社交机会切入并建立目标大客户群
 - 快速建立信任的方式 (CRISO)
 - 跟进技巧

第三部分 有逻辑有条理地挖掘客户信息 (1.5 小时)

1. 锁定目标客户 - 望 / 闻 / 问 / 切
2. 掌握客户沟通的内容框架及技巧 (KYC)
3. 深入探索客户的金融需求、资产规模与投资偏好 (三性)

4. 利用顾问式提问技巧（**SPIN**），挖掘客户痛点，制造并把握成交契机

第四部分 评估客户金融需求（**NA**）并分析相关风险（1.5 小时）

1. 通过理财评估工具把客户需求数字化、具体化

- 安全性资产需求
- 流动性资产需求
- 投资性资产需求

第五部分 提出专业配置方案（**FABE**）（1.0 小时）

1. 设计方案，专业呈现（配置方案模板）
2. 按照客户投资偏好与顾忌介绍产品的特点优势和价值（**FABE**）
3. 回应客户的反对问题，化异议为契机

- 没钱
- 不需要
- 不急
- 再想想
- 其他（根据现场回应来选择常见客户质疑）

第六部分 定期检视客户投资组合并做调整，专业走心地维护客户关系（0.5 小时）

1. 定期检视投资组合的方法

2. 维护客户关系的挑战

- 净值型产品亏损，没脸见客户？
- 生日过节送礼吃力不讨好？
- 与客户无话可谈如何是好？
- 其他（根据现场学员需求来探讨维护客户关系的挑战）