

理财经理综合技能提升

课程背景：

当人脸识别、智能机器人、AR 增强现实、VR 虚拟现实等等黑科技越来越真实的时候，人工智能对银行人饭碗的威胁，也变得越来越真实。

人工智能对一些银行工作岗位的替代性很大，但被替代的并不是特别简单的工作，反而是知识密集性较高的工作。那些需要温度的工作岗位很难被替代，比如营销、公关、谈判这类软性技能，始终是落在人的肩上。

而银行的主要业务脱离不了‘销售’，偏向市场端的对公对私岗位是创造价值的‘源头’。柜员、理财经理、客户经理是‘销售’链条中脱离不开的三个职位，以柜员为例，作为维护和开发客户的重要渠道之一，人工智能的出现，让柜员摆脱了技术操作的束缚，那些思维灵活的员工，会充分利用时间提高服务意识，对客户进行差异化服务，因此作为对理财经理理财经理综合服务能力提出了更高的要求！

课程收益：

- ★ 学员将打破固有对理财工作的理解，培养新的营销思维
- ★ 学员将学会营销流程及各环节营销落地方法与技巧
- ★ 学员将培养公私联动营销意识，具备综合营销人员良好销售素质

课程时间：2天，6小时/天

授课对象：中阶理财经理、一线营销人员

授课方式：课程讲授+案例分析+小组研讨+实操练习，

课程大纲

第一讲：未来银行与业务概述

- 一、AI时代的未来银行与案例分享
- 二、业务发展趋势分析及市场发展经验借鉴
- 三、转变心态，迎接挑战
 1. 现阶段应有的心理认知
 2. 检讨过去销售产品的缺失
 3. 抓住机会，建立专业品牌口碑
 - 1) 不同地区银行业界的历史借镜
 - 2) 反观我们目前的状况
 - 3) 不同的市场下，如何建立你的专业口碑？

第二讲：客户的财务需求与资产配置

- 一、客户的理财需求
 1. 客户的财务需求有哪些？
 - 1) 退休金市场的重大空间
 - 2) 子女教育
 - 3) 置业空间等
 2. 协助客户达成各种人生目标
 3. 分群提供更贴近的销售活动
- 二、什么是满足的客户的财务需求？
 1. 与客户分享正确的投资理财策略

三、协助客户达到理财需求——行动方案

行动方案一：帮助客户做好资产配置

1. 以资产配置打败市场的波动风险：资产配置的概念、影响投资报酬率的最大因素、资产配置追求的目标
2. 资产配置金字塔原理
3. 目标导向的资产配置
4. 检视客户的风险承受度：保守型、稳健型、积极型投资人的资产安排
5. 资产再平衡的运用
6. 资产配置的核心七步骤
7. 运用资产配置的投资策略分享
8. 如何运用资产配置创造新的销售商机

行动方案二：建立客户长期投资的理念

1. 投资的三要素
2. 了解永恒的投资原则
3. 帮助客户做好人生风险规划

第三讲：客户关系的管理

一、存量户营销策略

二、存量客户电话营销技巧

1. 营销各阶段的方法技巧
2. 本行产品，以及同业产品的了解、把握
3. 客户信息以及客户需求的把握
4. 搜集与客户行业、规模相当的客户案例
5. 电话营销最佳时机的准备
6. 存量客户邀约话术
7. 实战演练

小组研讨：不同客群电话邀约话术设计

- 1) 学员按流程设计邀约话术
- 2) 现场电话邀约演练

演练点评与讨论

三、存量客户面谈技巧

1. 准备工作——客户经理社交、接待礼仪训练、时间管理
2. 客户需求分析——了解你的客户
3. 需求挖掘

不同客户群体特征、现金流特征、需求分析、切入话题、切入产品

4. 探寻引导客户需求技术

- 1) S-现状性问题
- 2) I-影响性问题
- 3) N-解决性问题

5. 产品呈现技巧

- 1) 产品呈现策略
- 2) 产品呈现话术提炼
- 3) 产品呈现实战演练

6. 异议处理

- 1) 理解客户的异议
- 2) 化解客户异议的技巧

3) 设计客户异议处理话术

7. 促成跟进——促成时机、促成话术促成时机把握交易促成话术

四、存量客户微信营销技巧

1. 改造微信三要素-照片，名字，签名

2. 主动维护技巧

3. 被动维护技巧

4. 客户关系进阶技巧

5. 一个月微信突破关系法

案例：重庆XX银行借助云端机月吸粉1809人

五、私人银行客户维护

1. 爬虫技术

2. 拼接想象

3. 私人银行客户的行为分析

4. 传统意义和传统培训中的高净值客户与实际私银客户的差别

5. 国内外高净值客户的心理、行为差异

6. 不同行业的高净值客户分析

7. 如何接近私银客户

8. 如何给私银客户提供更多的价值

9. 如何给私银客户介绍产品

第四讲：增量客户拓展

一、抓住机遇拓展新客户

1. 资金回笼的机遇

2. 家庭理财安排的机遇

3. 信息采集机遇

4. 亲情营销机遇

5. 品牌宣传机遇

6. 节日营销机遇

二、传统增量客户获取模式

1. 特色客群获客

2. 厅堂策反客户

3. 临时提升客户

4. 到期转化客户

5. 他行策反客户

6. 活动营销客户

三、创新型客户拓展模式——客群

1. 客群分析维度

2. 客群的维护方式

1) 群体维护

2) 精准共同需求

3) 需求明确

四、如何找客户

1. 客群分类

2. 身边的客群

五、常见客群营销案例

六、客群营销策略创新

1. 从 ETC 和刷卡观影看银行营销的困局
2. 车险获客、贵金属获客
3. 从公众号推广，谈王婆卖瓜的传统困局
4. 从林丹出轨谈风险对客户的影响
5. 高收益是毒药不是卖点
6. 不卖产品的功能属性，买顾客心灵出口

第五讲：客户营销思路拓展

一、营销指导思想

1. 用氛围激发客户
2. 给客户一个购买的理由
3. 让客户愿意来
4. 让客户愿意留
5. 让客户愿意转

二、营销技能分享

1. 中的营销技能

2. 产品销售能力

- 1) 产品销售之“八四二一”销售法

案例：基金定投如何卖

- 2) 列举银行金融产品，并针对所选产品进行实战演练，讲师点评
- 3) 产品销售能力的专业性体现在哪些方面

3. 工具运用能力提升

- 1) 讨论可以用于营销的工具有哪些
- 2) 针对不同工具进行 SWOT 分析。
- 3) 熟练掌握各类工具的技巧

现场研讨：针对不同网络工具，如何进行销售。微博、微信、QQ、邮箱……