

基金销售与基金定投之实战手册

课程背景：

银行网点的基金销售工作以“以产品为中心”的销售模式仍然普遍，理财（客户）经理在客户沟通过程中偏重于如何去说，如何按自己的流程去做，销售工作仍旧是产品推销导向而不是客户需求导向，沟通成本高、客户感知差，成功率低。产品销售工作遇到了瓶颈：

1. 面对现在反复震荡的点位，怎么给客户推荐基金？
2. 面对产品库中茫茫多的基金产品，如何筛选表现较好的基金？
3. 电话邀约成功率低，尤其是基金套牢客户，怎么重新和他们建立联系？
4. 严重套牢客户怎么继续跟他保持交流下去，如何挽回客户对我们的信任？如何盘活？
5. 客户一出现亏损就开始找我们麻烦，甚至要求我们赔偿，如何降低自身基金营销风险？

本次培训突出实用效果，结合典型工作情景，聚焦客户经理在基金营销中遭遇的各种疑难和困惑，给出解决要点和话术，学习之后，学员不需要转化并能直接应用到工作中。

课程收益：

- 提高理财经理对基金销售的认识
- 掌握基金筛选及组合营销的方法
- 基于把握客户心理并深度 KYC 的营销
- 掌握基金客户售后服务的流程

课程时间：2 天，6 小时/天

课程对象：理财经理、网点负责人等

课程方式：讲师讲授+案例分析+视频互动+情景模拟+实操演练

课程大纲

第一讲：为什么做财富管理一定要卖基金？

一、基金是满足客户需求最好的产品之一

1. 首先，我们一起来个吐槽大会——你被基金坑过吗？

案例：半年不敢联系客户的理财经理

2. 基金真的是个坑吗？

3. 基金的特点

- 1) 产品线丰富
- 2) 购买门槛低
- 3) 随时可购买赎回
- 4) 披露相对规范

二、基金可实现客户、理财经理和银行的三赢

互动讨论：存款为什么越来越难揽

数据：大资管时代的几何式发展

1. 基金能满足客户多样化需求
2. 提升理财经理专业性和增强客户黏性的工具

讨论：为什么客户说“我不需要理财经理”？

讨论：我们为什么不喜欢跟客户打电话？

理财经理专业性之痛

3. 对银行的好处

- 1) 中间业务收入的重要来源
 - 2) 资产配置的重要载体
- ### 三、基金销售是单纯的考核和任务问题吗？
1. 我的客户在哪里？
 2. 我与客户的服务纽带是什么？
 3. 我未来究竟卖什么？

第二讲：重新认识基金——基金筛选与组合

一、各类基金的特点与投资标的

1. 货币基金
2. 债券基金
3. 股票基金

二、如何选择“好”基金

1. 基金选择的误区

误区 1：选择明星基金

误区 2：选择明星基金公司的其它基金

2. 选择基金的方法

- 1) 定量体系
- 2) 长期业绩居前
- 3) 业绩稳定
- 4) 预测排名
- 5) 定性体系
- 6) 基金公司
- 7) 基金经理
- 8) 市场环境

三、构建更稳定的基金组合

1. 为什么我们怕卖基金？

- 1) 止，不止
- 2) 止线设多少
- 3) 怎么卖，卖多少
- 4) 卖完之后

2. 资产配置理论

案例 1：德国足球的哲学

案例 2：美国各大学基金的运作模式

资产配置模型的进化

3. 构建“绝对回报”组合

四、那些年你错误理解的“基金定投”

1. 基金定投是傻瓜投资吗？

数据：不同情况下基金定投的效果

2. 基金定投的意义

- 1) 培养理财习惯
- 2) 降低波动风险
- 3) 理财唯一真理——时间的玫瑰

3. 基金定投成功的关键

- 1) 哪些钱可以做定投？
- 2) 构建组合

- 3) 定期检视
- 4) 止盈不止损

第三讲：基金销售实战——两会讲

一、会讲市场

1. 如何收集市场资讯

- 1) 晨会是专业提升开始的地方

案例：那 4 年的地铁时间我永远在看市场

- 2) 巧用移动平台

案例：各类市场的专业数据从哪里看

2. 专业市场分析三步走

- 1) 如何提炼观点
- 2) 怎么结合宏观与微观
- 3) 怎么和销售相结合

案例：模拟数据分析

二、会讲故事

案例讨论：医生是怎么工作的？

小游戏：你理解的不一定是客户想要的

讨论：为什么那么多客户的风险测评都不靠谱？

1. 客户金融需求的性质和层次

- 1) 即刻需求 VS 潜在需求
2. 取得提问的权力

3. KYC 询问的艺术

- 1) 暖场（形体、声音、语速、话题）
- 2) 开放式提问打开局面
- 3) 选择式提问缩小范围
- 4) 封闭式提问引导决定

案例：低调、注重隐私的客户如何做 KYC？

第四讲：基金销售实战——三会做

一、做工具

1. 自我提升的工具制作
2. 展示可视化工具
3. 白纸营销法

二、做流程

1. 电话流程

案例：某零售专业股份制银行 58 通电话录音待改善处汇总统计

- 1) 电访计划的六层境界
- 2) 标准电访的九个步骤

2. 持续服务

- 1) 按基金分类客户
- 2) 事件营销——三标准

思考：怎样面对亏损客户？是直面现实还是选择逃避？

- 3) 面谈逻辑——五部曲

三、做配置

案例：这个客户算不算做了资产配置？

1. 我为什么要买基金?
2. 我该怎么买?
3. 我该买多少?

案例：一年大概赚多少，是相对合理的预期呢？

- 1) 家庭生命周期 4 阶段
- 2) 个人生涯周期 6 阶段
- 3) 宏观经济 4 个周期

课程收尾：

1. 回顾课程、构建本次课程的学习地图和行动方案
2. 答疑解惑、结语