

金融产品专业化营销公开课

-----基金销售与券商理财产品销售技能提升研讨

目的:

- 1、 了解基金产品和券商理财产品销售的特点和不同销售策略；
- 2、 树立基金和券商理财产品销售的正确理念和方法；
- 3、 掌握基金销售和券商理财产品销售的基本技能，提高营销业绩水平。

课程时间：3天（18小时）

课程大纲：八大单元

第一单元： 金融产品专业化营销理念的导入

-----金融产品销售的动力

目的：培养营销人员对基金或券商理财产品销售的热情和激情，由要我干变为我想干，由单纯的业绩压力，变为压力与动力并存的快乐营销。

壹、 金融产品营销现状与问题

（壹） 经纪业务的现状

- 1、 同质化竞争严重
- 2、 营销队伍规模小或缺少，而且专业化程度不高
- 3、 营销与服务脱节
- 4、 服务没有产品化，产品没有商品化

（贰） 金融产品营销现状

- 1、 以产品为中心推销
- 2、 营销手段单一，压力简单传递给客户
- 3、 产品与服务脱节
- 4、 缺乏系统销售流程和正确的营销技能

（参） 面临的主要问题

- 1、 如何准确把握并激活客户的真实需求？
- 2、 如何激发营销人员销售金融产品的积极性？
- 3、 如何高效地组织金融产品的销售？
- 4、 在市场低迷时期，如何向客户推荐金融理财产品？
- 5、 当客户面临亏损时，如何正确地面对客户？
- 6、 如何赢得客户的信任，持续营销并提高理财产品的成功率？
- 7、 如何通过不同产品和服务，给客户提供一站式服务？
- 8、 如何通过金融产品的销售实现对客户的财富管理？

。。。。。。

肆、 成熟市场经纪业务的发展趋势

- 1、 理念：投机---投资---理财
- 2、 人才：销售---投顾---理财师
- 3、 方法：资讯---资产配置---财富管理
- 4、 队伍：规模---规范---专业
- 5、 模式：通道---产品---客户需求

参、 金融产品营销的新突破

- 1、 由产品终端向财富终端的转变
- 2、 提升券商竞争力的有力体现
- 3、 建立稳定客户关系的手段

四、 金融产品营销的新理念

- 1、 以客户需求为中心的营销理念
- 2、 财富管理观念的建立与培养
- 3、 顾问式营销的形成

第二单元： 财富管理在证券营销中的应用

-----金融产品销售的基石

壹、 理财知识篇

- 1、 理财的误区
- 2、 正确认识理财
- 3、 理财的本质
- 4、 为什么要理财
- 5、 理财就在我们身边

贰、 理财技巧篇

- 1、 理财的主要内容
- 2、 理财的八大规划
- 3、 六种不当的理财方式
- 4、 理财的五大法则
- 5、 个性化理财方案

参、 理财产品篇

- 1、 主要投资品种及其分类
- 2、 产品的资产配置
- 3、 证券投资
- 4、 理财超市的建立

四、 理财在营销中的应用

- 1、 运用理财报告会吸引客户
- 2、 运用理财问卷了解客户
- 3、 运用资产配置创造需求
- 4、 运用理财技能进行利益展示

第三单元： 金融产品的精通

-----金融产品销售的重点

壹、 走近基金

- 1、 基金知识了解
- 2、 基金分类、特点
- 3、 基金与其他金融工具的区别
- 4、 决定基金业绩的主要因素
- 5、 基金投资的误区
- 6、 不同类型投资者基金投资建议

贰、 了解券商资产管理产品

- 1、 券商理财产品的历史与未来
- 2、 券商理财产品的特点
- 3、 决定券商理财产品业绩的主要因素
- 4、 如何选择券商理财产品
- 5、 券商理财产品与其他理财产品的比较
- 6、 券商理财产品的目标客户

第四单元： 客户的筛选与分析

-----金融产品销售的根本

壹、 目标客户的需求分析

- 1、 产品、市场的细分
- 2、 客户需求分析
- 3、 客户理财需求与理财产品的选择
- 4、 目标客户的筛选

贰、 目标客户的心理分析

- 1、 一般心理：盲从、贪婪、恐惧。。。
- 2、 投资心理：投资动机、投资感知、情绪影响
- 3、 心理按摩
- 4、 营销人员的服务价值

第五单元： 营销技能的提升

-----金融产品销售的关键

壹、 客户开发的四大原则与两大动机

贰、 客户开发的主要方法与技能

- 1、 电话约访
- 2、 面对面沟通
- 3、 探寻需求
- 4、 利益展示
- 5、 异议处理
- 6、 成交

参、 不同客户类型开发的不同策略

第六单元： 系统营销流程的建立

-----金融产品销售的核心

壹、 专业营销的六步标准流程

贰、 专业营销的七步成诗

- 1、 为什么要投资
- 2、 为什么要进行基金投资（券商理财产品）
- 3、 如何选择好的金融产品
- 4、 哪些人需要投资基金（券商理财产品）
- 5、 现在买合适吗
- 6、 为何到你这买基金（券商理财产品）
- 7、 为什么要买这个理财产品

参、 基金选择的定量与定性分析

四、 聪明人的现身说法与答疑解惑

伍、 不同类型投资者的话术组织

第七单元： 产品销售的策划与组织

-----金融产品销售的保障

壹、 营销策划

- 1、 营销策划的八大原则
- 2、 营销策划的主要工具
- 3、 营销策划方案的制定
- 4、 营销策划大赛的设计与组织

式、 营销活动的组织

1、 渠道的选择、策划、管理

2、 会议营销

3、 实战演练与营销大赛

第八单元： 专业营销的管理与激励

-----金融产品销售的有力手段

壹、 金融产品营销的活动量管理

1、 客户开发的活动量管理

2、 会议营销的活动量管理

3、 目标完成的活动量管理

贰、 营销活动的激励

1、 激励的原理

2、 激励的方案

3、 激励的常用方法