

互联网金融理财产品销售技能提升训练

【课程背景】 随着电子商务的突飞猛进,O2O 的高歌猛进,互联网金融作为电子商务的基础设施和上层建筑,已然成为一个巨大金矿。互联网是大众的一种从新兴走向常态的生活方式,在金融行业,随着互联网技术不断成熟与应用,互联网金融成为一道新的、充满活力与朝气的风景,为金融业注入了一剂强心针,同时也挟“金融脱媒”的气势,对传统金融机构发起了巨大挑战。

【课程目标】 1、让学员由浅至深认识互联网金融的内涵;

2、学习互联网金融主要营销模式、方法、工具。

【课程时间】 2天,6小时/天

【授课方式】 课程讲授 40%,案例分析及小组研讨 30%,实操练习 30%

【课程大纲】

一、绩优销售人员销售正确观念

(一)经营自己接受考核

1.销售目标必达

2.销售日志规划

3.销售业绩考核

4.销售人员与公司共同成长

(二)享受销售扩大朋友圈

1.享受销售

2.扩大朋友圈

(三)销售的“四种核心能力”

1.能干(确保完成业绩)

2.能想(想方设法完成业绩。案例:拓展多维销售渠道)

3.能说(客户面前侃侃而谈，公司内部积极表现)

4.能写(销售心得即时计下，能总结分享经验)

(四)销售的“三个代表”

1.代表公司(要点:包容公司现状，向下传达积极，向上倾倒消极)

2.代表客户(痛点:及时反馈客户需求变化及预期)

3.代表自己(观点:三者平衡基础上，自己利益**大化)

二、理财产品介绍及销售逻辑

(一)理财产品

1.何谓理财(学员互动)

2.何为理财产品(学员互动)

(二)理财产品资金端募集两种方式

1.资金端募集方式?

(分组: 互动,讨论,发言)

2.资金端募集的传统方式与创新方式(创新方式诠释)

3.投资项目种类

(分组: 互动, 讨论, 发言)

(三)理财产品命名规则

1.理财产品命名规则

2.理财产品命名举例(学员分组发言)

(四)理财产品销售逻辑(客户理财逻辑)

1.拜访客户怎样谈

2.理财产品销售逻辑

三、理财产品销售话术(终端与渠道)

(一)理财产品成功销售前提

1.理财产品销售前提

2.销售前提

(两个要点:建立信任度，认可专业度)

(问答:销售人员信任度及专业度体现在哪些方面)

(二)理财产品成功销售话术

1.理财产品安全性

2.理财产品收益为什么高

(三)理财产品成功销售话术案例(终端个人客户)

1.理财产品成功销售结论:终极核心话术

(案例:触动客户陈先生投资理财产品之要害)

2.理财产品成功销售结论推广

(销售人员应具哲学思维方式:从特殊到一般，再从一般到特殊)

(四)理财产品成功销售实战三案例(渠道个人客户)

1.理财产品成功销售三案例

(案例:大师，采购人员，邮储代办员)

2.理财产品销售渠道成功

(要点:合理利益让利于代理渠道)

四、理财产品销售案例情景模拟(终端客户)

终极话术:帮其解决将来的、必然的成本支出

(一)年轻单身狗的房租生活

(二)年轻夫妻的子女教育金

(三)家庭主妇的持家之道

(四)老年夫妇的旅游度假

五、理财产品销售案例情景模拟(渠道客户)

终极话术:帮其深入开拓存量客户,同时帮其引流新增客户,

充分体现资源共享

(一)私人会所的渠道合作

(二)证券人员的渠道合作

(三)保险销售的渠道合作

(四)设定场景的渠道合作

课程内容互动回顾

。