

《金融推手之产品经理综合技能提升》

【课程对象】

投资顾问、产品经理、理财师、基层主管、支行负责人、分行行长

【课程时间】

5天，30小时。

【课程收益】

1. 了解未来宏观市场变化、实现以客为尊的发展趋势
2. 了解、把握并适时管理客户需求，适当达成客户预期，设定合理目标
3. 满足并持续跟踪客户资产配置，因市场或目标变化而调整配置
4. 为满足客户需求而不懈努力，实现自我职业价值
5. 产品经理是领头人，是协调员，是鼓动者，作为产品经理，可以对产品生命周期中的各阶段进行调控，虽然没有下属可以指挥，却要调动整个零售条线的资源来做事，因此如何做好这个角色需要相当技巧。
6. 良好的沟通能力、组织协调能力、资源运用能力、推动和协调各部门的合作和有序进展，是一个产品经理需要具备的综合能力。
7. 本课程计划围绕目标市场、市场调查、市场定位、市场细分，定价策略，渠道管理、促销活动、公关行为、内部服务，藉此让产品经理达到最佳的工作效果。

【课程大纲】

一、如何树立“指哪打哪”的销售团队—产品经理的军火库

1. 分组PK与积分竞赛
2. 售前准备(5项)
3. 产品速记
4. 投资回测计算
5. 销售话术
6. 投资双周报
7. 培训路演
8. 售中准备(3项)
9. 销售单张
10. 销售垫板
11. 投资宝典
12. 售后准备(4项)
13. 投资早报
14. 投资双周报
15. 财富季刊
16. 财经剪报

17. 如何树立“指哪打哪”的成功奥秘（多家银行实际案例）

二、如何树立“指哪打哪”的销售团队—投资市场解读分析

1. 景气周期 4 个实战理论与效果
2. 彼得林区,巴菲特的投资策略与效果
3. 索罗斯,罗杰斯的分析架构与效果
4. 郎咸平,谢国忠等专家学者的分析逻辑与效果
5. 中国宏观面追踪指标四大法王与八大金刚
6. 市场解读分析通关测验
7. 中国市场实务与分析
8. 黄金投资追踪指标与季节性投资法
9. 外汇投资实务与分析
10. 境外市场实务与分析
11. 信息发布撰写通关测验

三、客群任务：客户数,日均,网均,AUM,储蓄,市占率

1. 小区开发-实操圣经
2. 公私联动-企业合作策划案例
3. 异业资源合作策划案例
4. 品牌宣传绑定开户案例
5. 客户转介激励方案策划
6. 客户分级全年度提升 AUM 策划
7. 产品绑存策划
8. 储蓄防止流失策划
9. 各银行揽存策略大观园

四、金种子讲师（超级内训师）

1. 声音表情的调整
2. 声音耐力训练
3. 讲师仪容仪表 PK 淘汰赛
4. 破冰技巧大观园
5. 如何聚焦观众--表演力
6. PPT 制作宝典
7. 个人风格塑造（为每个学员量身定制个别指导）
8. 现场简报法则
9. 金种子讲师星光大道（所有学员轮番上台简报,并接受给分与点评）
10. 现场点评
11. 录像点评

五、如何替全球经济把脉

12. 全球市场状况的风向标
13. 关注欧美货币政策和货币市场，全球股市、汇市、债券市场走势
14. 把握全球市场中的风险和机会
15. 国际热点事件对全球经济影响示例
16. 中国对外政策与全球市场
17. 不同市场景气下的投资机会分析

六、阳光私募、期货、黄金、外汇、高端产品

第一单元：阳光私募简介

1. 阳光私募基金概念
2. 阳光私募基金的特点及优势
3. 阳光私募产品发行形式
4. 阳光私募与公募基金的区别
5. 阳光私募业务运作流程

第二单元：期货交易知识

1. 期货交易的概
念
2. 期货市场的基本特征
3. 期货的品种及分类
4. 期货交易制度与流程
5. 期货技术术语

第三单元：黄金投资简介

1. 全球主要黄金市场介绍
2. 影响黄金价格的主要因素
3. 黄金保证金交易
4. 主要投资方式比较

第四单元：外汇投资简介

1. 外汇基本知识
2. 影响外汇市场的基本因素
3. 外汇保证金交易
4. 外汇保证金交易操作形式

第五单元：高端产品营销技巧

1. 高端产品适合的客群
2. 如何为客户选择高端产品
3. 如何利用资产配置营销
4. 如何利用产品组合营销

七、7-2-1 行动学习法则

1. 主题任务
2. 实践项目
3. 定期分享
4. 工作观察
5. 上下级定期沟通
6. 课堂培训
7. 自学

八、如何在茫茫投资市场中长期获利

1. 波动市场下资产配置策略
2. 市场大跌时该如何选对标的
3. 财富久久沙盘财商投资心法

