

《绝对成交-大类金融产品行外吸金销售提升营》

【课程对象】

投资顾问、理财经理、财富管理顾问、金融业人员、客户经理、基层主管、中阶主管、高阶主管、

【课程时间】

1天，6小时。

课程收益

- 1、了解市场上各式金融商品的架构
- 2、学习并熟练运用各项金融商品的销售模式
- 3、运用理财规划流程与资产配置的技巧完成多项金融商品的销售

【课程大纲】

一、大类金融产品销售心态与底气建立

1. 分组 PK 与 积分竞赛
2. 宏观大类产品分析
 - A. 美联储 VS 美股对比
 - B. 美联储 VS 美股 VS 美元指数
 - C. 美联储 VS 美股 VS 恒生指数
 - D. 美联储 VS 恒生指数 VS 上证指数
 - E. FED 重要性四分析
 - F. 美股 VS 恒生指数 VS 上证指数关联度分析
 - G. 全球主要经济体利率分析
 - H. 人民银行利率调整动态
 - I. 国内宏观分析
 - J. 黄金市场影响因子梳理
 - K. 头脑风暴：销售话术打造

二、基金销售与配置

1. 2017年基金投资销售策略
 - A. 单笔
 - B. 定投
2. 案例：中行、招行、农行基金资产配置投研报告

3. 案例：中行微信投资策略群
4. 案例：招行定投理财
 - A. 大额定投四分法
 - B. 止盈止损
 - C. 大额定期不定额实战操作
5. 案例：招行重点基金投资策略
 - A. 二分法
 - B. 风险测算
 - C. 配置法则
6. 2017年资产配置策略

三、从分析黄金到销售黄金

1. 黄金需求分析
 - A. USDX
 - B. 恐慌
 - C. 通胀
 - D. 黑金
 - E. 利率
 - F. 周期
 - G. S/D
2. 黄金价格影响因子-国际情势变化
 - A. 量化宽松
 - B. QE
 - C. OT
3. 黄金价格影响因子-人民币与美元币值的涨跌
4. 黄金价格涨跌因子-季节性因子
 - A. 加息通道
 - B. 降息通道
5. 如何短线判断黄金价格?
 - A. FOMC
 - B. 压力与支撑
6. 黄金投资四法

四、大类金融产品吸金大法

1. 吸金三法
 - A. 积极
 - B. 成长
 - C. 稳健
2. 吸金三要
3. 营销模式转变
 - A. 细分
 - B. 创造
 - C. 提供
4. 问、留、少、回

5. 头脑风暴：基于客户细分的需求创造

6. 行外吸金大法

A. 账户升级

B. 防流失

C. 锁高利

D. 对比

E. 黄金吸金

F. 定投吸金