

# 《绝对成交-从支行基金产品营销规划到全方位行动学习执行策略-进阶篇》

## 【课程对象】

支行长、中层主管

## 【课程时间】

2天，12小时。

## 【课程大纲】

### 一、大类基金产品销售策略与行动学习

1. 分组PK与积分竞赛
2. 基金产品资源盘点 SWOT
3. 全球大类基金产品配置六要素
4. 宏观大类产品销售分析
  - 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 沪港深
  - D. 美联储 VS 沪港深 VS 上证指数
  - E. 美联储 vs 海外市场
  - F. FED 重要性四分析
  - G. 美股 VS 海外市场 VS 沪港深 VS 上证指数关联度分析
  - H. 全球主要经济体利率分析
  - I. 人民银行利率调整动态
  - J. 国内宏观分析
  - K. 黄金市场影响因子梳理
  - L. 头脑风暴：销售话术打造
5. 固收类产品销售策略
  - A. 固收类经济循环
  - B. 国债 VS 金融债 VS 企业债
  - C. 利率债 VS 信用债 VS 可转债

D. 固收类产品动态调整

5. 原材料类销售策略

- A. USDX
- B. 恐慌
- C. 通胀
- D. 黑金
- E. 利率
- F. 周期
- G. S/D

**二、基金销售与配置策略与行动学习**

1. 2018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实战

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

**三、基金客户需求开发挖掘与行动学习**

1. 以客户需求为导向的产品策略

- A. 保守
- B. 成长
- C. 积极

2. 理财经理的试金石

A. 行内 + 行外

3. 营销模式改变从“需求”开始

- A. 现状
- B. 问题
- C. 建议

4. 需求分析“四字诀”

A. 问

- B. 留
- C. 少
- D. 回
- 5. 头脑风暴：基于客户细分的需求创造
- 6. 关系深入的关键
- 7. 头脑风暴：深入法则大解析
- 8. 头脑风暴：影响力
- 9. 感性情境设定
- 10. 深挖客户信息流程
- 11. 熟客深耕广耕训练
- 12. 陌客深耕广耕训练
- 13. 演练侧重(下列各项抽一)
  - A.客户背景(过去+现在+未来)
  - B.资产背景(行内+行外)
  - C.产品抽签
  - D.话术演练(前+中+后+反对)

#### 四、基金客户辅销策略与行动学习

- 1. 基金营销健诊大法
  - A. 易天富
  - B. 万得
  - C. 天天基金
  - D. BETA
- 2. 精准营销管理之市场敏锐度
- 3. 海外、上证、深圳、创业板策略
  - A. 短、中、长期策略
  - B. 压力与支撑点
- 4. 客户基金营销管理筛选大法
  - A. 知己知彼、百战百胜
  - B. 行内+行外
  - C. 风险与收益
  - D. 坏基金 VS 好基金
  - E. 基金基本面
  - F. 迭加
  - G. 份额
  - H. 收益检视
  - I. 4433心法
  - J. 板块异动
- 5. 客户台帐建立与维护关键
- 6. 头脑风暴：辅销策略演练
- 7. 基金客户经营吸金关键

- A.熟客吸金

B.生客吸金

C.转介吸金

## 五、亏损客户营销策略与行动学习

1. 客户的心声
2. 案例：月圆变狼人
3. 错误 = 赔钱 (服务达不到客户要求 = 不用赔)
4. 客户亏损时的七大反应
5. 客户亏损时理财经理七大反应
6. 客户亏损时如何处理
  - A. 下单前
  - B. 下单后
7. 客户心理学
8. 亏损客户心理分析
9. 案例：亏损客户处理技巧
10. 亏损客户建议策略
  - A. 斩仓
  - B. 剪仓
  - C. 新仓

## 六、提高成交率—异议处理技巧

1. 演练：基金反对问题话术梳理
2. 定投风险分析
  - A.2008 年
  - B. 2015 年
3. 案例：广发基金销售工具
4. 促成关键问题大解析
  - A.6124 买的
  - B.已经亏三年
  - C.经济下行
  - D.越买越套
  - E.新任务
  - F.只买理财

G.我很保守

H.打新收益好

I.留给我孙子

J.只剩五毛钱

K.你可以保证吗?

5.头脑风暴：打造专属的话术