

《绝对成交-券商中高端客户大类金融产品投资、服务、营销三合一体系打造》

【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营销架构
- 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、股权类产品服务营销体系打造

1. 今年基金投资销售策略
 - A. 单笔
 - B. 定投

2. 案例：中行、招商、农行资产配置投研报告
3. 案例：中行微信投资策略群
4. 案例：招商定投理财
 - 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、固收类产品服务营销吸金大法

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

四、服务营销成交率提升—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?