

# 《铸剑师-神州内训师之大类金融产品》

## 《演绎.方案.组织三合一实战营》

### 【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】

2天，12小时。

### 【课程收益】

- 1、了解市场上各式金融商品的架构并组织推动
- 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方案与实战

### 【课程大纲】

#### 一、大类金融产品核心价值与销售心态底气建立

1. 分组PK与积分竞赛
2. 大类金融产品配置六要素
3. 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. FED重要性四分析
  - F. 美股VS沪港深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
4. 固收类产品销售分析
  - 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. 一份完整保单
- E. 保险配置 VS 医疗配置

#### 5. 贵金属产品销售分析

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

#### 6. 黄金价格影响因子-国际情势变化

- A. 量化宽松
- B. QE
- C. OT

#### 7. 黄金价格影响因子-人民币与美元币值的涨跌

#### 8. 黄金价格涨跌因子-季节性因子

- A. 加息通道
- B. 降息通道

#### 9. 如何短线判断黄金价格?

- A. FOMC
- B. 压力与支撑

## 二、同业大类金融产品特性分析与方案推动

### 1. 分析侧重 (下列各项抽一)

- A. 国有行 VS 股份制 VS 城商行 VS 农商行 (含银行特性)
- B. 股权基金 VS 固收基金 VS 定投 VS 黄金 (含宏观面+市场面+消息面+技术面分析)
- C. 存款 VS 理财 VS 养老保险 VS 医疗保险 (含短+中+长期配置)
- D. 话术面=前(话题式引导.至少 30 秒) + 中(亮点吸引客户.邀约来行) + 后(面谈技巧)
- E. 止盈止损策略与话术
- F. 售后服务策略

## 三、大类金融产品活动组织与策划

- 1. 网点微沙龙
- 2. 理财沙龙
- 3. 观念性沙龙

4. 情感性沙龙
5. 出国金融
6. 小区活动
7. 供应链沙龙
8. 成功沙龙三大关键因素
  - A.沙龙活动 A、B、C 三部曲
  - B.主题调研与魔鬼训练营
  - C.讲座干货准备
  - D.拒绝被放鸽子的客户邀约六大心法
9. 头脑风暴:如何挑选适合的商品给客户
10. 打蛇打七寸，七大环节设定，保证不掉练
11. 头脑风暴:灯光美气氛佳
12. 掌握地利，未战先赢
13. 三句话营销与四促成
14. 展开 1 个月黄金追踪

#### **四、活动场景演练**

- 1.演练侧重(下列各项抽一)
  - A.客户画像(过去+现在+未来)
  - B.资产背景(行内+行外)
  - C.产品抽签
  - D.场景演练
  - E.话术演练(前+中+后+反对)