

# 高净值客户经营与资产配置

## 课程背景：

随着中国居民财富持续增长，掌握更多可投资金融资产的客户群体越来越多，无论从数量和质量均迅速壮大，而国内零售银行迎来深度转型，新时期内银行零售转型的重点转向高净值客户的争夺，且高净值客户面临着来自高端财富管理机构的专业竞争，因此，对高净值客户服务体系打造，客户培育流程管控以及资产配置的专业提升将成为零售银行发展的关键。

## 课程收益：

- 揭示中国式财富管理特色，触发员工提升思考
- 掌握高端客户竞争的核心要素，塑造客户经营的用户思维
- 掌握客户拓展与培育的三个场景，客户挖掘与提升的四步流程
- 掌握资产配置的基本原理，各类资产配置合适时机及营销要点
- 掌握家族信托的原理及运用，详解不同家族信托案例的设计与执行
- 详解私行客户经营体系，掌握私行客户经理专业能力提升要点

## 课程特色：

- 从竞争态势分析发展趋势，引起共鸣
- 从业务发展现状分析问题，导出迫切
- 从行业成功典型案例剖析，借鉴样板
- 从客户层面自下而上推导，提供工具

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**金融机构各级管理人员、私行客户经理、理财经理

**课程方式：**课程讲授+案例分析+有效互动

## 课程大纲

**导入：**中国式财富管理的特点

**第一讲：高净值客户竞争态势分析**

### 一、高端客户财富提升趋势

1. 高净值人群增长迅速
2. 高净值人群平均资产增长迅速
3. 高净值人群财富管理需求及复杂性增加

**案例分析：**中国私人财富报告

### 二、非银财富管理机构对高净值客户的争夺

**讨论：**银行客户管理三个层面的问题

- 高净值客户面临的竞争
- 中端客群的经营盲点
- 基层客户的服务缺失

1. 信托公司财富中心
2. 第三方独立理财工作室
3. 私募/资管/保险财富管理机构

**案例分析：**家族办公室的兴起

### 三、银行私行中心的竞争优劣势

1. 银行的硬件优势

2. 服务流程的打造
3. 专业能力的缺失

**案例分析：**招商银行私行体系

**讨论点评：**用户思维——产品思维导出的不同效果

## 第二讲：高净值客户的拓展与培育

### 一、需求分析——财富管理的三个维度

**讨论：**什么是合理的财富目标？

1. 财富保值重在复利
2. 财富增值重在投资
3. 财富保障重在止损

**工具：**客户需求挖掘问题清单

### 二、客户拓展

**讨论：**高净值客户从哪里来？

1. 产品引进，重在客户识别
2. 活动拓客，重在切中需求
3. 社区获客，重在情感营销

**案例分析：**理财沙龙活动的组织；社区理财公益行活动拓客

### 三、客户培育

1. 客户分层管理

**案例分析：**招商银行客户分层管理

2. 沟通艺术与信任建立

**讨论：**情感营销 VS 专业价值

## 第三讲：高净值客户的挖掘和提升

### 一、资产组合配置

1. 生命周期管理
2. 各类产品配置的合适时机
3. 核心与卫星资产配置
4. 保障与传承

### 二、产品渠道管理

1. 信托产品供应及渠道管理
2. 公募产品选择及渠道营销
3. 黄金与外汇产品配置渠道
4. 保险产品选择与渠道合作

### 三、服务体验打造

1. 私密性——安全需求
2. 高端性——尊贵需求
3. 差异化——个性需求

**案例分析：**复杂沟通简洁化、专业术语通俗化

## 第四讲：高净值客户的资产配置

### 一、固定收益类产品配置

1. 理财产品的资产运用
2. 信托产品的取舍
3. 债券资产配置

讨论：复利思维的奇迹

## 二、保障类产品配置

1. 保险产品配置时机选择
2. 深度沟通与深度信任
3. 保险经纪角色的兴起
4. 银保代理的误区
5. 高端客户保险需求解析
6. 高端客户重点配置产品解析
7. 保险金信托

案例分析：高客保险配置常见的十个问题

工具：保险需求分析工具表

## 三、权益类产品配置

1. 股权与房产配置的此消彼长
2. 价值投资理念
3. 基金投资的筛选
4. 指数基金投资策略
5. 大额基金定投

工具：交易式定投工具表

## 四、资产配置的工具与方法

1. 产品说明书
2. 资产配置表
3. 市场资讯组织

## 第五讲：超高净值客户资产配置与传承规划——家族信托解析

### 一、信托的法律架构

1. 委托人
2. 受益人
3. 信托信用

案例分析：王宝强的离婚案／刘强东的婚前协议

### 二、家族信托适用的客户与场景

1. 超高净值客户
2. 传承及保障
3. 全权委托

案例分析：秦可卿的嘱托与家族信托

### 三、家族信托的沟通要点及客户信任的建立

1. 需求沟通
2. 信托机构
3. 投资组合

案例分析：典型家族信托案例分析（防离婚、防败家、防儿媳）

## 第六讲：高净值客户维护能力提升及联动营销

### 一、私行客户经理素质及培育

1. 沟能能力
2. 职业阅历
3. 专业提升

案例：1+N的私行服务体系

## 二、投资顾问的定位及配合

1. 市场分析
2. 投研能力
3. 支持与配合

## 三、私行业务与银行其他业务的联动

1. 融资需求对接
2. 结算需求对接
3. 增值服务对接