

# 变局中育新机——大资管时代如何做好家庭风险管理

## 课程背景：

中国光大银行与波士顿咨询公司(BCG)在北京发布国内资产管理市场首份深度报告，2020年资管市场总规模将达到174万亿元人民币。随着“大资管”时代的到来，中国资产管理市场面临前所未有发展机遇。而大资管时代下，从国内各个金融机构的布局来看，无论是销售队伍，还是客户资源，保险业占据得天独厚的优势，这决定了保险从业人员最有可能成为在资管时代的先锋。竞争的背后是但同时业界也提心可能导致大而不专、多而不精、粗放经营的隐患。

希望通过此次培训，打造高素质专业化的销售团队，系统学习帮助当下中国家庭做好风险管理，从而提升绩效产能成为新时代的专业人才。

## 课程收益：

- 掌握科学做好家庭财务规划与资产配置的工具和方法
- 系统学习提升客户经营体系，提升金融机构资产管理规模业绩
- 掌握结合金融市场前沿与热点分析、洞悉资产趋势的方法
- 学习分析客户财富管理面临的风险和财富管理八大规划方法

## 课程风格：

**源至实战：**萃取至顶级财富管理团队经典实务案例、重实战、实用、实效

**原创模型：**基于资产配置艺术应用独创基于各类分析场景的分析模型

**沙盘模拟：**案例分析简化问题

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**绩优理财顾问、中高层管理者

**课程方式：**讲解+案例分析+实战演练+模拟

## 课程大纲

**导入：**大资管时代中高端客户消费族群保险认知调研报告分析

1. 中高端客户消费族群教育、年龄、学历背景分析
2. 升级专业知识，了解客户购买心理
3. 事先通念，建立信任拒绝少出现

### 第一讲：科学规划做好家庭财富管理

#### 一、中国家庭财富管理面临的十大风险

1. 政策风险
2. 市场风险
3. 投资风险
4. 利率风险
5. 婚姻风险
6. 法律风险
7. 税务风险
8. 债务风险
9. 道德风险
10. 系统风险

#### 二、财富管理八大规划

1. 现金规划
2. 消费支出规划
3. 子女教育规划
4. 养老规划
5. 投资规划
6. 婚姻规划
7. 税收筹划

## 8. 财富传承规划

工具：家庭资产负债表、家庭收入支出表、家庭理财目标

## 第二讲：风险管理与资产配置

### 一、理财的核心是风险管理

1. 正确的处理：时间 VS 金钱 VS 风险
2. 不做风险管理必优质危机处理

### 二、科学做好家庭财务规划与资产配置

1. 财务规划——人生必要的费用支出
2. 客户群分层——基础客户、中端客户、高端客户

### 3. 不同客户层需求分析与客户购习心理

- 1) 基础客户——收益——合适
- 2) 中端客户——功能——适合
- 3) 高端客户——服务——价值

### 4. 不同客户销售逻辑与沟通执行重点

- 1) 三种客户销售模型
- 2) 沟通话题与切入主销产品重点

### 3) 四维度执行重点

- a 分析不成交的原因
- b 成交四要素：需求、信任、产品、时机
- c 客户分类、找对话题、导入议题、解决问题
- d 异议处理

实战演练：行销其实很简单——谁能拿下百万大单？

### 三、资产配置 CMS 模型结构

1. 人生是棋局，不是赌局
2. 攻守兼备，进退有度

### 3. CMS 模型结构

- 1) 核心资产
- 2) 中场资产
- 3) 卫星资产

### 4. 中高净值家庭资产配置存在的四大问题

- 1) 公私混同
- 2) 家企没隔离
- 3) 固定资产占比过高
- 4) 现金流管理危机引发系统性风险

案例分析：如何帮客户做好家庭资产配置

## 第四讲：客户经营有迹可循——成交要素

### 一、临门一脚——挖掘准客户成交要点

1. 客户资料整理出大商机

工具：家庭生命周期表、家庭收入支出表、家庭资产负债表

2. 客户需求深挖背后高端市场资源

工具：人脉出树图

3. 购买理由强化成交

4. 促成时机 4W

学员互动：准客户没成交，问题出在哪里呢

## 二、定位决定成败

1. 自身定位——公司推销员还是客户的理财规划师
2. 商品定位——能够帮助客户解决什么问题

## 三、客户细分：不同财富级的富人有不同的需求

1. 中小企业主的需求分析
2. 白领阶层的需求分析
3. 财富传承家庭的需求分析

### 案例分析 1：

- 1) 《后疫时代回看武汉封城》，三类人群面临的家企风险及解决方案
- 2) 主销产品特色分析及购买理由

**实战演练：**银行网点来了个不起眼的老太太，别把“单子”做小了？

## 四、服务对位：正确评估自己的

1. 理念服务
2. 关系服务
3. 专业服务

**实战演练：**服务替代销售，成交《百百大单》

## 五、DISC 性格测试客户划分识别法

1. DISC 四类客户性格特征
2. 客户识别执行重点
3. TOP 赋能销售法

**视频分析：**《流金岁月》不同人物性格分析

## 六、高效沟通策略

1. 沟能四要素
2. 分析自我限设原因，打破固化思维模式方法
3. 利他之心销售基本原则

**实演演练：**高效沟通《流金岁月》朱索索，运用 TOP 销售法成交主销商品