

《金融高净值人群关系介入、缔结、开发与维护》课程大纲

主讲：郭宽老师

课程背景：

高净值人群一般指资产净值在 1000 万人民币资产以上的个人，他们也是金融资产和投资性房产等可投资资产较高的社会群体。据《中国私人银行发展报告（2020）》显示，截至 2019 年底，中国高净值人群总量达 132 万人，较上一年增长近 6.6%。2020 年，中国上榜福布斯十亿美元富豪人数达 491 人，财富净值总额近 1.57 万亿美元（约 11 万亿元人民币）。巨大的蓝海市场给我们产品销售提供了无限的可能，如何介入高净值人群？如何与高净值人群达成信赖的关系？如何以有限的资源开拓高净值朋友圈？如何以金融营销引爆高净值朋友圈？本课程将给你最终答案。

课程目标：

- ✓ 充分了解当前的行业状态，树立工作信心；
- ✓ 获得对金融营销工作的实质更加深入到认识，走出业绩不佳的误区；
- ✓ 全面解析高净值人群是价值、特色、需求、偏好；
- ✓ 加强自身人际交往能力，快速打开局面建立自己的高端朋友圈；
- ✓ 打造自身人际品牌，跻身高净值人群；
- ✓ 充分利用互联网、新媒体，让营销工作如虎添翼；

课程大纲：

第一部分 造成金融营销工作“低效”的误区

- 一、金融行业现状分析，积极工作心态建设
- 二、金融营销业绩的三大秘密
- 三、很努力的金融营销人员为何业绩很差？
- 四、金融营销团队仅有目标与绩效管理是远远不够的

第二部分 高净值人群的 360°解析

- 一、什么是高净值人群？价值几何？
- 二、高净值人群的基本特点分析
- 三、高净值人群的四大需求
- 四、高净值人群的人际偏好

第三部分 高净值人群的介入、缔结与开发

- 一、审视自己人际交往的基本功
- 二、如何有效介入高净值人群，起点低如何起步？
- 三、高净值人群关系缔结，如何达成“信赖”关系？
- 四、高净值人群开发，如何以有限资源扩大人际规模？
- 五、“八步”打造高净值人群黄金圈！

第四部分 高净值人群的关系维护与引爆

- 一、高净值人群关系管理——客户档案与生命周期
- 二、如何塑造自己在高净值人群中的重要性及个人品牌？
- 三、给自己插上新媒体的翅膀
- 四、“化反式”关系营销，引爆资源圈！