

资产配置与理财规划实务

——客户开发与服务逻辑与策略

课题背景

■ 培训的落地性！

这是每一位外部培训讲师需要思考的问题，本课程开发立足银行一线业务逻辑，从知识、技能、工具、案例四个角度出发而设计。

■ 银行一线指标太多！

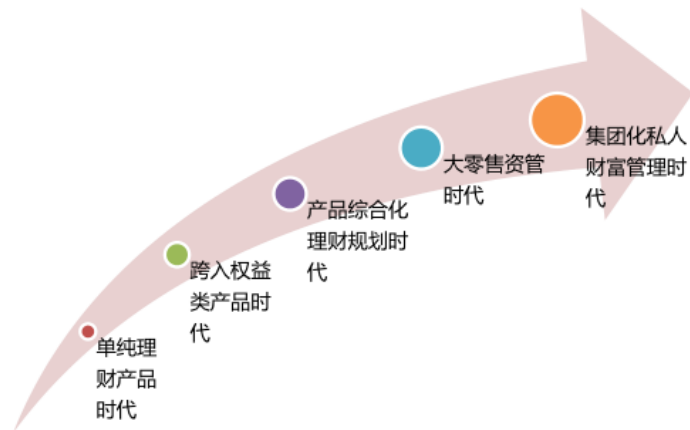
如何通过重点业务，撬动综合指标提升，带动营销人员各项指标巧做是各大银行业务的诉求。

■ 客户关系经营不是最终目的！

传统培训过于着眼于“客户关系经营”，比方销售技巧、销售流程、电话营销等等，对于银行产能来说，“客户资产经营”技能才是根本。

■ 零售（财富管理）转型时代的到来！

处于各个发展阶段的商业银行，从简单的存储业务——至理财产品业务起步（固收类）——再至基金等权利类产品的上架，代表了转型的三个时代，本课程执行可由浅入深，针对银行不同的发展阶段，量身定制。



课程对象

支行、网点零售（个金）营销主管/营销人员

课程大纲（1天）

模组	纲要	备注
<p>第一模组：</p> <p>客户心目中的“理财”概念</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 当前市场 ■ 客户的投资心理 ■ 财富管理的实质 ■ 客户需要的理财概念 ■ 产品纬度 ■ 生命周期 	1H
<p>第二模组：</p> <p>资产配置（产品）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 客户风险偏好 ■ 风险类产品 	2.5Hs

	<p>股票</p> <p>期货</p> <p>外汇</p> <p>贵金属</p> <p>■ 稳健类产品</p> <p>公募基金</p> <p>私募基金（一对多/专户）</p> <p>信托计划</p> <p>券商集合</p> <p>■ 保守类产品</p> <p>银行理财</p> <p>存款/债券</p> <p>■ 保障类产品</p> <p>保险</p> <p>■ 客户资产配置</p>	
<p>第三模组：</p> <p>资产配置（需求）</p>	<p>理财规划实务</p> <p>客户生命周期</p>	<p>1.5Hs</p>

	客户创业期 客户成熟期 客户退休期 客户传承期 财富金三角	
第四模组： 理财规划实务 流程	客户风险测试 客户需求掌握 客户方案规划 客户产品配置 客户规划报告 客户后续追踪	1H

本次课程努力做到：

- 学员疏通理念和技能——老生常谈，但不得不谈
- 学员业务逻辑（思维）放开——指标太多，思维要放开
- 让学员培训后面对客户时，有直接可以拿来用的工具、技能、话术——短期要出业绩，
长期要持续
- 你说课程效果在哪里？——讲师除了讲给理财经理听，还擅长讲给客户听：客户基金投

资沙龙，做给你看！

执行方式

圈
康
辅
甬

讲给你听

你讲我听

做给你看

你做我评

——把培训做成训练，重于实战！



讲给你听：专题培训



做给你看：客户投资沙龙



你讲我听：学员实操

你做我评：案例研讨