

家庭理财规划全方位训练

课程背景：

理财、保险、存款任务越来越重，客户却越来越少，理财经理怎么完成任务？

微信、支付宝改变了人们的消费习惯下，客户越来越不容易见面，理财经理怎么办？

客户理财、保险意识越来越强，自身越来越专业，理财经理应该怎么应对？

营销活动年年做，客户不来、来了不成交，理财经理怎么跟进成交？

高端客户存款送礼品，要么是不感兴趣，要么是不忠诚、理财经理怎么做？

年轻客群不来网点、网点优质客户越来越少，理财经理应该做些什么？

银行业的竞争进入了多元立体式的竞争，利率市场化、存款保险制度、互联网金融、民营银行等国家制度的不断推出，加之新型竞争对手的不断出现，客户体验要求越来越高，传统的银行营销方式已经不能适应银行的今后发展，客户经理等岗位人员对于以客户为中心的变化而变化，银行服务每年都在提升，客户的不满意度反而在不断增加，产品销售难度越来越大，究其原因，是因为没有给客户提供专业的理财服务，不是根据客户需要卖产品，而是根据银行的业绩要求卖产品。理财经理目前急需做的是，在充分挖掘客户理财需求的同时，完成银行业绩的要求。这就需要理财经理提升自身理财规划技能提升，对客户开展顾问式营销。

课程收益：

- 增强学员理财规划技能，提升综合理财规划能力，便于日常客户关系的维护与管理；
- 学习个人及家庭理财规划的方法，使学员掌握综合理财规划方法并在实践中灵活运用；
- 精通规划方案中各类金融产品配置通过学习综合理财建议书的制定，对客户信息进行分析，评估家庭财务状况诊断、及其理财目标；
- 根据其特点构建、设计匹配的《综合理财建议书》，为客户提供全面专业的财务建议。

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：银行客户经理、理财经理、保险公司理财顾问

课程方式：讲师授课+互动讨论+实战演练

课程大纲

第一讲：理财规划与金融产品营销

一、分析客户一生的理财目标

1. 单身期
2. 形成期
3. 成长期
4. 成熟期
5. 退休期

演练：客户非财务目标信息整理

二、明晰理财规划原则

原则1：整体规划，综合考量

原则2：客户资产配置周期

原则3：现金保障优先

原则4：风险管理优于追求收益

原则5：家庭模型与理财策略相匹配

三、金融营销客群经营的突破

1. 从人脉圈到资源圈的整合
2. 从理财团队到理财工作室
3. 从家庭财富管理到家族财富管理

案例：李经理通过综合理财规划营销的业绩突破

第二讲：家庭财务报表与财务比率分析

一、家庭资产负债表

练习：李先生家庭资产负债表编制

二、家庭收入支出表

练习：李先生家庭收入支出表编制

三、家庭财务比率

1. 结余比率
2. 投资与净资产比率
3. 清偿比率
4. 负债比率
5. 财务负担比率
6. 流动性比率

练习：李先生家庭财务比率分析

第三讲：理财规划技能训练

技能一：现金规划

方法：流动性比率

工具：存款/货币基金/银行理财产品

训练：现金规划与理财产品配置

技能二：消费规划

1. 买房规划
2. 买车规划

案例：90 后白领夫妇家庭消费规划

训练：消费规划与理财产品配置

技能三：子女教育规划

分析：教育负担比

工具：教育储蓄/教育金保险/基金

案例：二胎教育规划与理财产品配置

训练：子女教育规划与理财产品配置

技能四：养老规划

方式：社保养老/以房养老/投资养老/商保养老

工具：社保/基金/商业保险/房子

案例：小企业主的养老规划

训练：养老规划与理财产品配置

技能五：保险规划

种类：消费类保险/理财类保险

1. 购买品种选择

2. 购买个体选择

案例：家庭主妇李姐的保险规划

训练：保险规划与理财产品配置

技能六：投资规划

工具：股票/债券/基金/房产/黄金/外汇

分析：资产配置策略

案例：拆迁户王先生的投资规划

训练：投资规划与理财产品配置

技能七：税收筹划

1. 遗产税规划
2. 房产税规划

案例：高净值家庭的税收筹划

训练：税收筹划与理财产品配置

技能八：财产分配与传承规划

导入：财富管理目标

1. 财富保全规划
2. 财富传承规划

案例：退休老人夫妇家庭的财产分配与传承规划

训练：财产分配与传承规划与理财产品配置

第四讲：理财规划方案制作演练（实操演练）

一、理财规划方案制作流程

- 第1步：客户类型分析
- 第2步：客户理财需求的确定
- 第3步：家庭财务信息收集及分析
- 第4步：家庭财务报表制作与财务诊断
- 第5步：理财规划方案设计、特殊理财规划方案设计
- 第6步：生涯模拟表编制
- 第7步：敏感度分析与方案调整

二、家庭理财规划方案制作演练

演练 1：中年白领三口之家理财规划方案

演练 2：单身青年理财规划方案

演练 3：三世同堂之家理财规划方案