

# 波动市场下基金、理财客户开发与提升

## 课程背景

伴随着国内经济环境的变化和金融市场投资标的的不断进化，市场也变的更加扑朔迷离，对投资者的要求也更加高，另一方面客户对银行理财经理的专业性也要求越来越高，因为市场中没有任何保障措施，可以让客户的资金在介入风险市场时一本万利，从过往十年的证券市场发展历程我们就能看到，诸多投资者在获取超额收益的途中纷纷折戈，在基金投资方面，可谓是哀鸿遍野，市场中真正能够获利的是少之又少，众多投资者蒙受巨大损失，不仅使得银行营销人员备受客户投诉的苦恼，也动摇一部分银行营销人员的营销信心，使其丧失了营销动力。为了重塑营销人员营销信念，注入全新营销模式，养成常态化营销习惯。

本次培训特针对银行高端财富管理团队的培训需求，从实战演练的角度出发，运用系统化工具来提升营销人员针对基金/净值型理财类权益型客户的开发与维度能力，提升营销活动的效率与核心客户产品的交叉持有率。讲师会全方位启发学员，打破固有的讲授式教学，侧重于知识点的传导，引爆话术，现场点评，真正做到服务教学，课程重点强调实操性与互动性。课程适合理财经理、客户经理。

## 课程大纲

### 第一讲 重塑心态-应对市场波动的专业态度

## 建立常态化营销心态

1. 先别慌，这是一次展示专业的机会
2. 顺势而为，回顾历次市场极端行情下销售经历
3. 认清现实，客观看待当前营销优势和劣势
4. 化危为机，保持主动坦诚接纳态度面对客户

课堂分享：对号入座——排查 4 种隐性不良营销心理

## 第二讲 客户开发-主动筛选核心客户

### 一、基金适配人群分析

1. 理财替代型客户
2. 高收益偏好型客户
3. 目标清晰型客户
4. 权益超配型客户

### 二、客群分类营销切入策略

5. 理财替代型客户——底层资产解读切入
6. 高收益偏好型客户——盈亏比分析切入
7. 理财目标清晰客户——时间价值匹配原则切入
8. 基金持仓客户——基金健诊切入

### 三、基金健诊方法应用

1. 投资风格
2. 行业板块
3. 净值预判

#### 4. 处置方案

### 第三讲 客户维稳-积极应对客户异议

#### 一、 异议处理策略

Listen —— 细心聆听

Share —— 感同身受

clarify —— 厘清异议

present —— 解释说明

action —— 采取行动

#### 二、重要环节解析

1. 净值表现归因分析——基本面/技术面/资金面/情绪面
2. 处理客户情绪——学会问共情式问题
3. 客观预判未来——历史数据回顾/未来确定性风险因素/不确定性风险因素分

析

4. 引入资产配置——保守型/稳健型/平衡型配置方案沟通

### 第四讲 客户提升-巧妙实现二次营销

#### 一、 权益型客户高效 KYC

1. 风险适配性——设置具象的风险测评问题
2. 客户预期值——辨识客户内心真实的期待
3. 客户体验感——了解客户过往投资经历中最在乎的关键环节

#### 二、权益型产品销售流程

1. 努力唤醒成就感——善于利用基金投资深层次心理需求

2. 善于营造氛围感——合理描绘风险收益，给予客户合理预期

3. 积极展现价值感——产品价值+渠道价值+个人价值

4. 巧妙扩大遗憾感——SPIN 提问技巧让客户勇敢做决定

● 客户常见异议分类：

✓ 风险高不敢选

✓ 封闭期长不想选

✓ 看不懂不会选

● 典型异议处理案例说明：真正说服客户的往往不是产品

✓ 别跟我提基金

70 后受伤基民案例分享：

“只要是基金最终都会亏！”

✓ 基金风险太高

60 后叔叔阿姨案例分享：

“我们都是养老钱，基金风险太高了，就想要没有风险的！”

✓ 你们推荐的基金都不靠谱

高净值客户/专业基民案例分享：

“我在排排网/天天基金网上选，我只选顶流基金经理的基金“

✓ 投基金能赚钱吗？

95 后理财新手案例分享：

“我朋友买基金挣得没卖，现在倒亏 30%，基金是割韭菜的工具吧？”