

净值化理财时代理财经理综合营销能力提升训练营

课程背景

随着居民财富的不断增长，客户对于财富管理的理解与需求发生了深刻变化。伴随着国内经济环境的变化和金融市场投资标的的不断演化，市场趋势也变的更加扑朔迷离，对投资者的要求也更加高，另一方面客户对理财顾问的专业性也要求越来越高。需要提高理财顾问精准的营销能力和驾驭各种复杂类产品的专业能力，最大限度地开发客户潜力，提高客户人均效能，实现高效营销和精准营销。本次培训针对银行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客户的开发与服务能力，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。

课程对象

理财经理、大堂经理、客户经理

课程时间

6个小时/天，4天

课程方式

 课堂讲授	 小组讨论	 案例分析	 演示操作
 视频教学	 游戏竞赛	 模拟比赛	 角色演练

DAY1 主题：客户需求全方位解析

一、重新认识你的客户

(一) 客户需求分类

- 1、人生需求与金融需求
- 2、显性需求与隐性需求
- 3、即刻需求与潜在需求
- 4、理性需求与感性需求
- 5、冰山理论与乔哈里之窗

(二) 建立信任关系——找到打开客户深层次需求的门匙

- 1、基本技能——自我背书：展示丰满人格
 - 2、初阶技能——赞美：学会高阶赞美和中阶赞美
 - 3、中阶技能——自己人效应：陌生人沟通 10 秒破防
 - 4、高阶技能——有技巧的自黑：打造印象深刻的有趣 IP
 - 5、高阶技能——创造共同语言：在社会现象与金融话题中寻找共同兴趣点
- 课堂演练：围绕当前热点话题，拟定与 95 后年轻客群、80 后中年客群、60 后银发客群、高净值客群聚焦的共同话题

二、充分了解你的客户

(一) 客户需求挖掘方法——高效 KYC 法则

- 1、KYC 利器（初阶）：信息梳理

- (1) 客户的过去、现状与将来
- (2) 客观的看法、设想与愿景
- (3) 客户的焦虑、不安与隐忧

- (4) 客户的财务信息与非财务信息

- 2、KYC 利器（进阶）：KYC 地图

- 3、KYC 问题“逻辑树”

- 4、倾听的艺术：从倾听中收集 KYC 线索

(二) 客户需求定位方法——客户 360 全景画像

- 1、客户精准画像 9 大维度
- 2、客管系统数据筛查和分析
- 3、客户标签管理
- 4、客户画像价值
- 5、客户画像应用
- 6、制定精准营销策略

课堂演练：根据 CRM 系统筛选出的客户数据，围绕以下案例进行客户 KYC 演练

- (1) 80 后超市经营个体户

- (2) 70 后公务员干部女性客户
- (3) 60 后公务员退休男性客户
- (4) 90 后自主创业女性客户
- (5) 70 后私营业主高净值客户

(三) 客群分类营销策略

- 1、分层：客群的“定量”管理——客群立体细分与临界提升
- 2、分群：客群的“定性”管理——客户分群与差异化营销
- 3、分片：客群的“定位”管理——网格化营销与片区挖潜
- 4、分序：销售的“节奏”管理——客户亲疏与销售节奏
- 5、建立四项客户清单：重点价值客户/重点发展客户/重点保持客户/重点挽留客户

三、体验客户生活世界

- 1、家庭生命周期 4 个阶段
 - (1) 家庭形成期
 - (2) 家庭成长期
 - (3) 家庭成熟期
 - (4) 家庭衰老期
- 2、家庭生命周期与资产配置需求
 - (1) 安全性资产需求
 - (2) 收益性资产需求
 - (3) 流动性资产需求
 - (4) 固定资产需求
 - (5) 隐形财富需求
- 3、后疫情时代家庭生命周期与理财规划
 - (1) 风险管理
 - (2) 财富积累
 - (3) 阶层跃迁
 - (4) 财富传承
- 4、家庭决策类型与营销策略

晚间作业：5 大客户案例分析与客户 KYC 问题提纲设计

作业评价标准：(满分 50 分)

1	客户案例能够根据预先描绘的客户精准画像进行精准发问	10 分
2	KYC 话题提纲涵盖课堂教授的必问问题	10 分
3	KYC 话题提纲能够灵活应用课堂教授的各类提问方式	10 分
4	KYC 话题提纲有对客户的预设回复	10 分
5	最终结论体现出对客户的全景画像与需求定位	10 分

DAY2 主题：电话邀约与面谈技巧

一、电话营销技能导入

(一) 电话营销准备工作

- 1、端正心态：关注客户而非关注业务
- 2、调整语态：用声音做名片打动对方
- 3、调整姿态：倾听比倾诉更重要

案例分享：一通电话营销，流失 100AUM

(二) 电话营销应用场景

- 1、陌生客户认领
- 2、初识客户跟进
- 3、价值客户开发
- 4、意向客户跟进

(三) 电话营销话术技巧

- 1、按照客户口吻细分——5 大客户类型
- 2、按照沟通话题细分
 - (1) 嘘寒问暖式切入
 - (2) 市场热点式切入
 - (3) 福利分享式切入
 - (4) 服务检讨式切入
 - (5) 专业请教式切入
- 3、“三明治”式电话营销脚本设计
 - (1) 开场白-给自己增加信任背书
 - (2) 切入策略——询问技巧
 - (3) 沟通内容——追问技巧
 - (4) 价值传递——反问技巧

(5) 预留伏笔——锁定承诺

4、明确有效电话营销标准

(1) 客户未在电话中明确拒绝

(2) KYC 出客户关键信息线索

(3) 锁定联系方式和联络内容

课堂演练：5 万元以下客户电话营销实战

客户案例：代发工资事业单位客户/批发零售行业商户客户

5、电话邀约技巧

(1) 巧妙利用热点事件

(2) 以情动人

(3) 以“利”诱人

(4) 以理服人

二、顾问式营销方法导入

1、激发客户需求

(1) 如何引导客户的需求

(2) 如何激发客户的需求

(3) 如何将客户需求与产品营销建立联系

(4) 工具——SPIN 顾问式营销

2、顾问式营销方法

(1) 构建你的预说服场景

(2) 开启客户潜意识预说服“开关”

(3) 设置场景化提问

(4) 设置共情式提问

(5) 设置预设式提问

(6) 设置质疑式提问

(7) 设置转场式提问

(8) 设置假设式提问

视频研讨：看专业主持人如何进行深度 KYC 和深层次需求挖掘

课堂演练：客户面谈实战演练

晚间作业：5 大客户案例顾问式样营销话题提纲设计

作业评价标准：（满分 50 分）

1	客户案例能够基于第一天客户 KYC 线索进行实际发问	10 分
2	话题提纲涵盖课堂教授的必问问题	10 分
3	话题提纲能够灵活应用课堂教授的各类提问方式	10 分
4	话题提纲有对客户的预设回复	10 分
5	最终结论陈述客户的资产配置需求意向程度	10 分

DAY3 主题：资产配置与复杂产品销售技巧

一、新时代格局下财富管理需求

- 1、 全球经济时代变化特征
- 2、 财富管理行业发展趋势
- 3、 同业竞争形势下财富管理新内涵
- 4、 财富管理客户需求变化特点

二、资产配置理论基础与工具

1. 资产配置基础理论

- (1) 马科维茨均值方差模型
- (2) BL 模型
- (3) 风险平价模型
- (4) 美林时钟

2. 资产配置常用工具

- (1) 标准普尔四象限图
- (2) 奔驰图
- (3) 黄金金字塔
- (4) 帆船理论
- (5) 足球理论
- (6) 营养搭配理论
- (7) 军事作战理论

课堂演练：任意选择一款资产配置工具，结合当下市场特点阐述资产配置理念

三、大类资产分析与配置意义

1. 债券价格影响因素分析

2、债券未来走势分析

3、股票价格波动分析

- (1) 基本面分析 基本面分析：宏观经济运行、行业渗透率
- (2) 技术面分析：波浪理论、K线、MACD、成交量
- (3) 资金面分析：交易额、融资融券、开户数量

4、固收+产品分析

- (2) 配置意义
- (2) 风险收益演示
- (3) 产品卖点提炼

5、基金产品分析

- (1) 四大公募基金投资策略

股票多头策略 股债平衡策略 债券策略 FOF 策略

- (2) 四大维度解读基金产品

基金公司/基金经理/基金规模/基金风格/基金指标

- (4) 基金组合销售策略

核心卫星策略/动态平衡策略/逆向投资策略

- (5) 基金定投最佳方式

定投基金最佳种类/定投基金最佳频率/定投基金最佳时间

● 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“

6、保险产品分析

(1)影响保险需求的因素

(2)购买行为分析、动机分析

(3)年金险与切入话术

(4)健康险与切入话术

(5)意外险与切入话术

典型异议处理案例说明

- 我不喜欢保险
- 我有社保，不需要保险
- 年金险年限太久了不想买
- 年金险利息太久了不想买
- 我买了很多保险了，不需要再买了

7、市场热点分析

(1) 美国加息及缩减购债规模影响

(2) 能源危机及大宗商品上涨对股市汇市影响

(3) 房地产投资分析

四、资产配置之战略性配置要点

五、资产配置之战术性配置要点

六、资产配置方案解读话术要点

晚间作业：股市+债市现状分析与未来研判简报；客户案例资产配置方案面谈内容设计
作业评价标准：（满分 50 分）

1	股市+债市现状分析与未来研判简报措辞精准	10分
2	市场研判简报语言表述能够让客户理解	10分
3	客户案例资产配置方案基于第二天达成的配置意向	10分
4	资产配置方案具有理论工具应用和战术性投资组合	10分
5	针对资产配置方案按照课堂教授技巧进行解读与呈现	10分

DAY4 主题：厅堂微沙龙与主题沙龙策划组织技巧

(一) 客户活动的策划实施

1、客户活动分类

- (1) 破冰活动
- (2) 客养活动
- (3) 会销活动
- (4) 裂变活动

2、客户主题策划

- (1) 普通客群规划（高龄客户、工资阶层、少儿群体）
- (2) 高净值客群规划（公职人员、个体工商户、金领人士）
- (3) 私人银行客群需求（私营业主、企事业高管、家庭主妇）

3、网点微沙龙的策划

- (1) 网点激发之“入门”
- (2) 网点激发之“维稳”
- (3) 网点激发之“提升”

4、沙龙流程设计：

- (1) 热场环节
- (2) 破冰环节
- (3) 渗透环节
- (4) 互动环节
- (5) 促单环节

(二) 客户活动的核心价值

1、主题演讲设计：

- (1) 紧扣金融主题
- (2) 层层递进的阐述逻辑
- (3) 引人眼球的开头
- (4) 引人思考的埋线
- (5) 画龙点睛的结尾

课堂演练：在资产配置、基金投资、财商教育三个主题中任选一个，进行小组研讨，设计 5

分钟厅堂微沙龙讲演内容

(三) 客户活动的后续维护

1、客户活动的追踪动作

- (1) 拒绝是沟通的开始——客户异议如何延展提问
- (2) 回避是沟通的开始——客户逃避如何话题收敛
- (3) 犹豫是沟通的开始——客户犹豫如何促成签单

2、促成销售

- (1) 关注客户情绪的变化
- (2) 捕捉客户成交的信号
- (3) 促成交易达成的十个方法
- (4) 让客户转介绍的技巧

晚间作业：结合第三天当前市场情况下资产配置策略，筹备理财投资沙龙讲演 PPT

作业评价标准：(满分 50 分)

1	PPT 内容完整、重点突出、逻辑清晰	10 分
2	现场模拟沙龙，具有电话邀约话术	10 分
3	现场模拟沙龙，流程完整，角色分工明确	10 分
4	现场模拟沙龙，讲演内容呈现资产配置专业理念	10 分
5	现场模拟沙龙，对主推产品介绍重点明确，引发客户兴趣	10 分