

# 理财经理综合营销能力提升暨理财大赛训练营

## 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

## 课程收益

第一部份 案例制作与实用技巧

现场指导参赛人员理财规划案例制作工具运用能力，辅导修改案例制作与演示资料，进一步提升案例制作与演示的综合能力，并提升产品方案的营销能力。

### **第二部份 资产配置与展示技巧**

帮助学员准确把握当前宏观经济的走向，制定当前经济环境下客户理财的基本方案，快速准确地判别客户财富管理需求，确保各项投资策略正确运用，进而掌握资产配置实务，提升演示与竞赛回答环节的综合理财服务专业水平。

### **第三部份 分析客户开发案例**

学习全流程理财营销，全面提升理财营销所有环节的亮点与解决问题能力，提高产品方案营销能力与竞赛能力。

### **第四部份 情景模拟客户开发**

分组演练营销流程中重要环节，包括 KYC 的提问力顾问式营销技巧，资产配置方案，异议问题处理，促成技巧等，全面提升学员实战能力。

### **第五部份 理财案例展示与专家点评**

模拟竞赛问答环节对参赛人员进行现场演练；讲解比赛评分的主要标准，对参赛队员现场的表达、演讲和竞赛技巧进行指导。

## **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

**课后演练：5大客户案例分析与客户KYC问题提纲设计**

**评价标准：(满分50分)**

<b>1</b>	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	<b>10分</b>
<b>2</b>	KYC话题提纲涵盖课堂教授的必问问题	<b>10分</b>
<b>3</b>	KYC话题提纲能够灵活应用课堂教授的各类提问方式	<b>10分</b>
<b>4</b>	KYC话题提纲有对客户的预设回复	<b>10分</b>
<b>5</b>	最终结论体现出对客户的全景画像与需求定位	<b>10分</b>

**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

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：5 大客户案例顾问式样营销话题提纲设计**

**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

#### 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

课后演练：客户案例资产配置方案面谈内容设计

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达能够让客户理解	10分
3	客户案例资产配置方案	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：理财规划工具应用与资产配置方案展示**

### 一、 理财规划的基本概念

- 理财规划流程
- 理财规划与财务计算器运用
- 近期宏观经济与金融热点

### 二、 家庭财务分析与诊断

- 分析目前的财务状况
- 财务诊断与财务计算指标应用
- 货币时间价值原理与财务计算器
- 投资组合理论与资产配置
- 投资的绩效评估

### 三、 理财目标的确立

- 客户需求分析
- 家庭生命周期
- 个人生涯规划

## 四、 理财方案的确立

- 理财方案的内涵
- 方案选择的层次
- 方案定性与定量分析

## 五、 解决方案与产品配置

- 产品配置原则
- 产品配置金额比例计算
- 紧急预备金与产品配置
- 风险规划与产品配置
- 购房规划与产品配置
- 子女教育金规划与产品配置
- 退休规划与产品配置
- 高净值人士需求与产品配置

## 六、 理财方案的重点解析

- 具体诊断出客户目前财务收支结构症结所在
- 定位客户的风险属性与理财价值观
- 从目前经济情势对设定合理的未来假设条件
- 从假设条件经由科学的运算过程得出结果
- 对目前客户最迫切的问题提出可执行的方案
- 分析不同方案的利弊得失确定所采行的方案

- 针对所采行的方案配置合适的理财产品
- 对产品的风险揭示与银行申明分析和评估客户当前的财务状况

## 七、资产配置方案展示技巧

- 案例制作程序
- 报告书格式制作重点
- PPT 制作要点与技巧
- 现场演示要点与技巧
- 现场演讲体态语调训练
- 现场演讲节奏设定与亮点打造
- **课后演练：资产配置方案现场演示**
- **评价标准：（满分 50 分）**

<b>1</b>	<b>理财规划合理性与适配性</b>	<b>10 分</b>
<b>2</b>	<b>PPT 制作精美度</b>	<b>10 分</b>
<b>3</b>	<b>演讲仪态展示和语调展现</b>	<b>10 分</b>
<b>4</b>	<b>演讲内容环节设计完整</b>	<b>10 分</b>
<b>5</b>	<b>演讲环节节奏把握和时间掌控</b>	<b>10 分</b>