

卓越客户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，2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

课程大纲

一、认清净值化理财时代

(一) 净值化理财时代背景分析

- 1、资管新规等系列制度办法解读
- 2、净值化理财时代主要市场竞争主体
- 3、净值化理财时代客户投资需求变化
- 4、金融机构大资管时代下挑战与危机

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、理财产品与理财规划

1、家庭生命周期与理财规划

- (1) 单身期与财富积累
- (2) 筑巢期与理财投资
- (3) 满巢期与阶层跃迁
- (2) 空巢期与财富传承

2、净值型理财产品要素

- (1) 净值化理财产品底层资产解析
- (2) 现金管理类理财产品底层资产解析
- (3) 净值化理财产品风险来源分析
- (4) 净值化理财产品底层资产价格影响因素
- (5) 当前市场下净值化理财产品净值亏损归因

3、净值化理财产品合规销售

- (1) 净值化理财产品客户适配性原则
- (2) 净值化理财产品风险提示
- (3) 净值化理财产品业绩比较基准分类
- (4) 净值化理财产品持有期收益率/年化收益率计算方法
- (5) 净值化理财产品份额计算

4、净值化理财产品营销技巧

- (1) 引导客户区分储蓄、理财和投资概念
- (2) 家庭理财流动性、安全性和收益性规划
- (3) 引导客户接受长久期净值化理财产品
- (4) 净值化理财产品与其他金融产品对比分析

四、顾问式营销方法

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