
理理财经理理销售技巧及产能提升

课时约需 2 天，每天 6 小小时

#第一天框架搭建

第一节：你在工工作 吗？

一、你/理财经理的一天

[互动环节：你的一天]

- 1、每天都是一个小循环
- 2、目标，是个调皮的小孩，你不盯紧他，就会分分钟溜溜走
- 3、以终为始，用目标检验过程，用结果指导行动

第二节：先标准，再个性，终自信

一、外在感观

[互动环节：你认为，优秀的理财经理的特征有哪些？]

- 1、分享
- 2、自我养成

二、心理建设

- 1、漏斗原理
- 2、避免挫败感
- 3、多劳多得

4、提高成功率

- »共情
- »通理
- »批量
- »互联网金融

三、电访

1、事前

- »名单准备
- »话术准备
- »时间准备，动态调整

2、事中

- »现场模拟（原始版）
- »标准流程解释
- »再次模拟（标准

版） 3、事后

- »业务确认
- »时间确认
- »资料确认
- »强化个人

4、目的

- »建立联系
- »面访
- »再次电访的时间

»第一印象

四、面访

1、事前

»客户信息准备

»资料准备

»工具准备

»个人准备

»面谈的准确时间地点确认

»其他个性准备

2、事中

»开场

»价值交谈（今天建立立框架，明天详细讲解）

»送别

3、事后

»信息录入

»后续维护

4、再循环

»就是客户价值再提升

5、时刻提醒自己，升级

»客户升级

»客群经验升级

»自我能力升级

第三节：我们需要给自己画“◎”

一、工作目标

1、年度总目标

»分行层面制定的业务目标

»自我制定的专业提升目标

2、季度目标、月度目标

»善用工具

»定期检视

»向上沟通，动态调

整 3、周目标、日目标

»日积月累的魔力

»量变到质变的基础

»不跑偏的重要手段

二、工作记录

1、工作日志、工作进展、甘特图

2、客群画像

3、销售台账

4、贵宾客户信息收集表

5、不要太相信系

统

三、不断提升

1、注重首尾相连

2、注重循序渐进

3、注重自我更新

第四节：关系维护

一、日常维护

- 1、早、晚都不如“巧”
- 2、“批量”问候不值钱
- 3、储备日常的话题
- 4、提高客户面前的曝光率

二、节日关怀

- 1、强调自己用心
- 2、留心客户的反馈
- 3、生日的公历、农

历 三、客户活动

1、事前

- »活动策划
- »活动目的
- »最好彩排

2、事中

- »一定有我们忽略的
- »解决问题，不影响活

动 3、事后

- »总结

- »好的、不尽如人意的都要说
- »对事不对人
- »如何提高

第五节：时间管理



主动干掉一切“不重要也不紧急的事情”

拒绝大部分“紧急但不重要的事情”

专注于“重要但不紧急的事情”

总结：这些规定动作让你不舒服吗？你会因此而困惑，而抗拒吗？其实，这些都不是问题，最重要的问题是把“你得”变成“你要”。所有的方法都是为想要的人提供的，即使不提供方法，想要的人也会自己寻找。请永远相信，人是可以改变的，而且改变的幅度，远远超过你的想象。

#第二天内核提升

第一节：价值交谈详解

一、面访的事中环节

1、开场寒暄

[情景演练：不同客户不同场景，如何开场？]

»案例对比分析

»开场的目的 拉近与客户的

关系

营造良好的氛围

给客户减压

塑造专业影响

»开场话术应该包括的信息

自我介绍

感谢对方接见见/应邀 寒暄、赞美、
寻找话题 道明自己的用意，帮客户
减压 说明预计面谈时间，让客户心
中有数

{Tips :

见大客户时，尽量不要坐对面，坐在客户 90 度角
处 坐在客户右手边，方便写字 赞美客户多使用开
放式的赞美}

2、需求挖掘

»客户需求分析 客户

买单的理由分析

»客户需求的表现层 冰山理论、双因素理
论、马斯洛需求理论

»了解客户 KYC (个人基本情况/情、客户投
资情况) 问不如听，听不如懂，懂不如通
(共情)

»发掘客户需求步骤

观察：已购产品、肢体动作、面面部神

询问：

[案例例分享：视频]

封闭式问题：缩小小范围、锁定

答案

开放式问题：方方向性 (5W1H)

倒三角问题法

提问技巧 SPIN

倾听：全身心倾听客
户

3、产品推荐

»FABE

»家庭生命周期表

4、促成

»直接促成

»间接促成

»促成交易的障碍

»促成交易的关键

5、异议处理

»异议产生的原因

 客户自身原因

 理财经理的原因

»异议处理原则

»异议处理步骤

LSCPA

»常见异议处理方法

[互动环节：异议处理练习]

二二、运用工具，站在未来的角度审视过去和现在

1、逻辑思维工具

①、SPIN

[互动环节：提问猜物品]

»关键性问题

背景性问题 KYC Situation	难点问题 客户目存 在的问题 Problem
示意性问题 解决方案 Need-Playoff	暗示性问题 这个问题不解决有什么 后果 Implication

②、FABE

[互动环节：演练销售商品/难度递进]

»F：Features 产品本身的特色

»A：Advantage 产品的好处、优势

»B：Benefits 产品带给该客户针对性的效益

»E：Evidence 相关佐证

[练习环节：金融产品分解]

③、“损失”比“获得”更让人刻骨铭心

2、沟通表达工

具“T”型平衡

表

»好处说够、坏处讲透

»一一对应、由浅入深

[优秀分享：图片、文字、话术]

3、销售及后续服务工

具 家庭生命周期表

[练习环节：准备表格，由学员先填写，再分析]
[互动环节：由填写顺序引出销售逻辑]

»纵向填写：顾问式销售

»横向填写：推销员式销售

第二节：真正的竞争对手

[互动环节：请大家想一想，我们的竞争对手有哪些？]

一、金融行业的竞争对手分析

1、银行业（国内、海外）

2、非银行业的金融对手

3、跨界的“隔壁老王”

二、终极竞争是“瞬息万变的客户需求”

1、关注客户的需求

2、理性分析+感性语言+销售工具+中肯意见

3、建立双赢思维，不断更新

三、我们最终的关注点永远是客户

1、同理心赢得客户

2、永远追逐客户，而非对手

第三节：自我管理

这其实是一门大课，放在这一个章节里分享是因为真的很重要。所有方法，都可以用来管理自己，反向思考，向内自求
高效能人士的七个习惯

一、思维转换，从依赖升级到独立，实现个人成功

- 1、积极主动：别让消极，把你拉入海底
- 2、以终为始：别把追求成功的梯子，搭错了墙
- 3、要事第一：我不忙，我只是时间不够

二、成熟启动，从独立升华到互赖，实现公众成功

- 1、双赢思维：你我都要赢，否则就别干
- 2、知彼解己：先理解别人，再被别人理解
- 3、统合综效：太棒了，居然还可以这样
- 4、三、“越来越”成熟

- 1、不断更新：把优秀变成一种习惯

第四节：管理须面向业绩

一、优质、快速、廉价，只能选两样

- 1、我们要的是什么
- 2、项目三角形
- 3、具体做法(我一定干掉廉价!)

二、变态的质量、源自于变态的管理过程

- 1、六西格玛

2、6S

3、“亲爱的办公室部门”

4、培训，必须是“高质量的”

三、悲剧里挖出来的学问 — 风险管理 合规，从意识到行行
行为，从言谈到举止，都务必遵守。想到一句流行的
话“自律的人更自由”，用在合规这里，再合适不过了。

总结：理财经理，在我看来是一个可以逆袭的岗位。跟客户最
亲近的是你，跟客户最性情的是你，跟客户最家长里短的是
你，跟客户最贴心的还是你...同时，理财经理是一个可以干到
老的职业，见多识广是必备技能...何以遣有涯之日，和你一起
从细微处，重新认识“理财经理”你自己。