

# 财富管理专家--从销售向专业营销的蜕变

【课程讲师】马学军老师

【培训课时】2天（12课时）

【培训方式】讲授+案例分析+互动式教学+小组研讨+情景模拟训练

【课程大纲】

## 一. 客户的财务需求与资产配置

小组研讨：何为财务需求？客户的财务需求有哪些？

### 1. 六大财务需求

- ◇ 生活基金需求
- ◇ 家庭保障需求
- ◇ 医疗保障需求
- ◇ 意外基金需求
- ◇ 退休基金需求
- ◇ 财富传承需求

### 2. 诊断家庭财务的两张家庭财务报表

### 3. 家庭财务情况指标“123”

- ◇ 1个流动性指标
- ◇ 2个家庭资产情况指标

- ◇ 3个家庭负债指标

4. 人生的三个“金融一生”

## 二 . 营销沟通的顶层设计

1. 财富顾问销售性格的 6 个特征

2. 如何从客户的不敏感话题开始面谈

3. 营销沟通的顶层设计原理

- ◇ 感兴趣的非金融话题

- ◇ 缜密的思维逻辑

- ◇ 触及痛点

4. 营销剧本的设计

## 三 . 长期期交保险销售逻辑

1. 配置保险的三大理由

- ◇ 转移风险

- ◇ 资产保全

- ◇ 财富传承

2. 增额终身寿的概念及销售逻辑

- ◇ 增额终身寿解析

- ◇ 增额终身寿缘何成为市场新宠

- ◇ 增额终身寿的客群分析

### 3. 增额终身寿的财富管理功能

- ◇ 税务筹划

- ◇ 债务隔离

- ◇ 婚姻保全

- ◇ 增额终身寿与财富关系

### 4. 家庭需求的两大维度

- ◇ 资产状态

- ◇ 人生周期状态

## 四 . 财富管理与基金配置

小组研讨：客户为什么要配置基金

### 1. 客户配置基金的三大理由

- ◇ 投资门槛低

- ◇ 赚取多元收益

- ◇ 培养理财习惯

### 2. 基金营销的两大思维误区

### 3. 基金投资去“EMO”

### 4. 市场回调下的基金投资策略

- ◇ 基金定投 3-5 年周期原则
- ◇ 基金定投的“钟摆理论”
- ◇ 基金销售两会讲

### 5. 三类不同风险属性客户的基金配置策略

## 五 . 广义“固收+”框架下的资产配置

### 1. 大类资产及资产配置

- ◇ 无风险收益类
- ◇ 类固收类
- ◇ 权益类
- ◇ 保障类
- ◇ 其他类

### 2. “固收+”PLUS

- ◇ 广义“固收+”的资产配置模型-
- ◇ 设计适合于不同群体的“固收+”
- ◇ T (TIME) .“PLUS”

◇ R (RATE) .“PLUS”

◇ S (SAFE) .“PLUS”

◇ P (PRODUCT) .“PLUS”

3. 均衡收益，实现风险对冲

六 . 总结