

《高净值客群的营销管理》

【课程讲师】 马学军老师

【培训课时】 1天（6课时）

【培训方式】 讲授+案例分析+小组研讨+互动式教学+情景模拟

【课程大纲】

小组研讨：中高端客户的维护路径

一．高净值客户维护与关系管理

1. 高净值客户如何识别

- ◇ 以社会属性为划分标准
- ◇ 以客户资产为划分标准
- ◇ 以客户致富路径来划分

2. 高净值客户所思所想

- ◇ 客户想拥有专业的人员
- ◇ 客户想获得的专业咨询
- ◇ 财富管家型的顾问服务

问题研讨：高净值客户心目中的“财富顾问”是怎么样一个人？

二．真资管时代下的银行理财

1. 中国式理财的三个误区
2. 买理财产品不等于“理财”
3. 中国式理财与国外理财
4. 后资管时代银行理财新变化
5. 真资管时代需要真理财经理

三 . 高净值客户的营销沟通

案例研讨：成功的营销沟通

1. H--如何有效沟通
2. W--沟通什么
3. KYC 的方法
4. KYC 的循环
5. 标准普尔与“四该理财法”
6. 高净值客群的三大应对

四 . 高净值客户的需求唤醒与资产配置

1. 高净值客户的近端需求和远端需求
 - ◇ 读懂客户需求的两大法则
 - ✓ NEADS 法则

✓ FORM 法则

2. 成功挖掘七大需求点

- ◇ 资产保全
- ◇ 投资理财
- ◇ 婚姻财产
- ◇ 顺利传承
- ◇ 税务筹划
- ◇ 高端养老
- ◇ 家企隔离

七大需求点案例分析

3. 高净值客户营销的“顶层设计”

- ◇ 为何需要顶层设计
- ◇ 顶层设计的路径
- ◇ 顶层设计的基础
- ◇ 顶层设计从关注被忽略的 KYC 开始

4. 营销“心”法

- ◇ 面谈剧本的拟定

◇ 面谈剧本的自我演绎

5. 高净值客户的资产配置及营销

◇ 高净值客户财富报告解读及问题剖析

◇ 家庭资产配置营销

✓ 投资工具组合营销

✓ 投资比例组合营销

✓ 投资时间组合营销

五 . 课程回顾与总结