

# 新财富管理时代

## 财富攻防设计与专业营销

课程目的：

1. 从解读当下国内外投资市场的现状出发，分析疫情之后投资者理财心态与理财习惯的变化，结合当下投资者的资产结构，以及在此资产结构下所存在隐形风险，在 2023 年如何合理调整资产结构，以更好地规避因国际态势变化所导致的利益损失，同时又可以赢得疫后经济增长所带来的红利。

2. 通过培训，使理财经理逐渐打破原有的营销路径以来，建立新型的客户经营及专业营销模式，具备更强的资产配置能力，为全面提升 AUM 夯实基础。

**【课程讲师】马学军老师**

**【培训课时】1 天（6 课时/天）**

**【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】**

### 一、影响国内外投资市场的几件大事

#### 1. 俄乌冲突与全球能源危机

◇ CPI、M2 与通货膨胀

◇ 美元加息对国内投资市场影响

#### 2. 从中美 10 年期国债利率倒挂看全球经济

#### 3. 3 年疫情，投资心态的攻防转换

#### 4. 中产阶家庭资产配置的三大痛点

◇ 理财管理困惑增加

◇ 开支压力增大

◇ 理财成效不尽如人意

5. 2023 客户资产配置

## 二. 客户梳理与关系运营

### 1. 基于 CRM 下的 CRM 运用

传统 CRM 与新型 CRM 的运作模式

#### 2. 客户的梳理与分类

◇ 核心的三大关键点

梳理存量，信息治理

分层分类，精准营销

交叉销售，资产提升

◇ 自定义标签--CRM 客群分类

◇ 存量客户梳理手工建档

### 3. 认知私域流量

◇ 私域流量的五大核心价值

◇ 私域流量经营三要素

◇ 私域流量池与 LTV、ROI

### 4. 客户关系运营

- ◇ 客户关系运营的四大步骤
- ◇ 客户关系运营的四大工具
- ◇ 客户关系运营的六个精准定位

## **5. 构建新财富时代的客户画像**

- ◇ 怎样才是一个高质量的客户需求画像？
- ◇ 客户理财需求的九个维度
- ◇ 多层次细致刻画客户需求

## **三 . 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”

## 五. 营销沟通的顶层设计

### 1. 打破“路径依赖”，做好顶层设计

- ◇ “路径依赖”解读
- ◇ 销售沟通的顶层设计
- ❖ 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
- ◇ 营销“心”法
- ❖ 面谈剧本的拟定
- ❖ 面谈剧本的自我演绎

### 2. 借力使力，驾驭面谈主导权

- ◇ 何为主导式面谈
- ❖ 主导式面谈的三种方式
- ❖ 主导式面谈的三种能力
- ◇ 如何进行主导式面谈的提问
- ◇ 主导式面谈问题的设计

## 六. 复杂产品的销售逻辑

### 1. 长期期交保险销售逻辑

- ◇ 配置保险的三大理由

### 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
- ◇ 增额终身寿销售技法
- ◇ 增额终身寿的财富管理功能
- ❖ 税务筹划
- ❖ 债务隔离
- ❖ 婚姻资产保全
- ◇ 增额终身寿与财富关系

### 3. 财富管理与基金配置

小组研讨：客户为什么要配置基金

- ◇ 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
- ◇ 基金营销的两大思维误区
- ❖ 基金投资去“EMO”
- ❖ 市场回调下的基金投资策略
- ◇ 基金定投的周期原则
- ◇ 基金定投的“钟摆理论”
- ◇ 基金销售两会讲

### 4. 理财产品是否还能配置

- ◇ 银行理财产品的底层资产流向
- ◇ “混合计价法”下的理财产品销售逻辑

### 六. 课程回顾