

基金健诊实战训练

课程背景：

目前理财经理销售基金时常面临的困境：

- 1.客户宁愿套牢死守，也不愿意逢低加仓和调仓，如何让客户对基金重拾信心呢？
- 2.客户持有的基金为盈利状态，如何成功说服客户止盈，盘活客户的资金呢？
- 3.客户持有的基金持仓盈亏情况为-20%以上的客户、未来行业较不具潜力等基金，如何说服客户调仓？
- 4.客户之前亏过钱，现在对理财经理有抵触感，一提基金就不高兴，该怎么办？
- 5.理财经理如何运用基金健诊系统解读某一支基金发展趋势？

基金健诊法可帮助理财经理勇于突破内心障碍，进而敢于面对受伤的客户并帮助客户重拾信心，让理财经理不再受困于上述困境，有效盘活套牢客户，使业绩脱颖而出。

老师经合自身多年的金融机构从业经历，总结出完整的基金分析、销售方法及营销技巧，帮助理财经理树立专业形象,拓展潜在客户、挖掘客户需求、提高销售业绩。控制客户整体投资收益率的稳定性，降低市场风险，增加客户与理财经理的粘度，降低客户流失率。

课程主讲：田密

课程特色

- 原则方法，体系制胜；大量案例，熔炼办法；
- 深入浅出，通俗易懂；理论与方法相结合，案例众多；
- 实用有趣，紧跟时事热点、现场掌声、笑声不断；

课程收益：

- 使理财经理掌握基金健诊的三大原理和四步基本流程；
- 掌握“基金健诊四步曲”，准确挖掘客户需求；
- 掌握各类基金的特点和配置方法；
- 通过基金健诊方式提高基金销量；
- 通过基金健诊专场客户活动策划达到批量配置基金的目的；
- 帮助理财经理完成基金销售任务,增加职业认同，提高队伍稳定性。

培训对象：银行个金条线客户经理

授课方式：课程讲授有效互动

课程时间：2天，6小时/天

课程大纲

第一讲：为什么要做基金健诊

一、财富管理市场的竞争已经发生深刻改变

1.大资管时代已经到来

互动交流：基金为什么越来越难卖？

2.其它金融机构在基金营销市场的优势和劣势

1) 券商 2) 基金公司 3) 第三方理财平台

3.银行在基金营销市场的优势和劣势

二、客户利益的回归需要

案例：为什么客户说“我不需要理财经理,基金我在网上买就好了”？

三、队伍培养的自勉需要

详解：低段位理财经理和高段位理财经理

第二讲：什么是基金健诊

一、经济周期与美林投资时钟

二、主流资产配置策略

1.两者的区别

2.配置的必要条件

三、基金健诊的基本思路

1.基本流程：

1) 问诊 2) 把脉 3) 理思路 4) 开药方

互动讨论：专家营销

第三讲：单一基金解读

一、这支基金怎么样？——三句话简单专业讲清楚

第一句：分析基金短、中期业绩

第二句：分析基金涨跌风格

第三句：分析基金投资风格

二、有诊断才有发现，有发现才有需求

1.客户数据分析

2.基金产品具体特点

三、提问的艺术

第四讲：多支基金比较（基金健诊四部曲）

第一步：比收益

比较绝对收益与相对收益

第二步：比风险

比基金的回撤程度，看基金抗跌能力

第三步：比收益加风险

比较回报与标准差，如同基金性价比

第四步：后续展望与产品推荐

搭配投决会观点，推荐五星之选

第五讲：如何利用基金健诊促成基金销售

一、客户常见问题

1.如何应对套牢客户

(三分之一解套法)

2.如何减少炒股客户抵触心理

案例：股市掘金——三方存管客户转化为基金销售大单

二、与客户有效沟通

1.问投资经验

2.问投资效果

3.问对投资的主观看法、满意度与未来投资效果预期（如客户在行外持有基金，要询问对

同业服务的满意度）

4.问后续的投资打算

三、现场演练及点评

分组演练：每组安排一个代表演示一项异议处理，现场演练及点评

第六讲：售后跟踪做什么?怎么做?

一、记录，是后续跟踪的依据

1. 售后跟踪是提高基金健诊调仓工作成功率的重要环节

2. 做好客户的基金调仓台账，定期回顾并结合市场形势，及时向客户提供调整建议

3. 逐步培养基金交易客户

案例：基金止赢带来忠诚客户

二、净值查询，是后续跟踪的基础

案例：市场波动剧烈时及时沟通

第七讲：基金健诊专场客户活动策划

分组讨论：什么样的客户活动更受欢迎

一、活动客户案例学习

二、理财沙龙组织的“四大注意”

三、客户活动技巧

1. 客户陪谈模块

2. 客户沙龙模块

1) 事前：明确目标做活动

2) 事中：树立专业形象

3) 事后：做好跟踪及时促成

现场演练及点评

课程小结：课前相关问题集中解答；评选优胜小组，优秀学员并颁奖