

如何通过资产配置促进产品组合营销

课程背景：

资本市场改革不断深化，企业融资渠道不断拓宽，叠加当前“房住不炒”的政策基调，房地产投资高收益、低风险的属性将被逐渐弱化。可以预见，我国居民的家庭资产配置将持续从房地产等实物资产向金融资产转移。随着居民金融投资多元化，中国财富管理市场有望承接广阔的增量资金。

随着“资管新规”过渡期结束，净值化转型后，产品的收益表现与投资策略、市场环境密切相关，并直接反映在净值表现中。这对银行的投研能力、市场营销能力、渠道销售能力、客户服务能力等方面提出了更高要求。

本课程从客户整体资产和经济周期出发，在资产配置流程下提升基金、保险、黄金、外汇等复杂产品的组合销售能力。

课程主讲：田密

课程收益：

- 梳理理财业务（财富管理）产品线。
- 夯实各类财富管理产品专业知识。
- 学习财富管理产品组合和综合服务方案。
- 熟悉掌握客户资产配置原理与实施方法。

课程对象：

金融机构的客户经理/理财经理/财富顾问/销售主管

课程时间：

2天 6小时/天

课程特色

- 深入浅出，通俗易懂；理论与方法相结合，案例众多；
- 生动有趣：紧跟时事热点、现场掌声、笑声不断；
- 实用落地：直击市场热点和核心利益
- 水到渠成：落产品方案解决问题，有效促进

课程方式：

主题讲授+现场演练+案例研讨

课程大纲

导入部分

讨论：对资产配置的理解

第一讲：财富管理“顺势而为”——资产配置

- 一. 中国财富管理行业的历史变迁
- 二. 当下财富管理行业的“重大转折”
- 三. 面对如今的市场我们该如何应对？

第二讲：走近资产配置

- 一、资产配置的核心
- 二、资产配置的组合解析
- 三、客户资产配置的策略
- 四、经济周期与资产配置的关系

第三讲：资产配置的“秘诀”——营销技巧

- 一、资产配置的配置目标
- 二、资产配置的客户分析
- 三、资产配置面谈技巧
- 四、以客户需求为核心，引入资产配置话术

第四讲：配置中的“战斗机”——基金

- 一、权益投资首选是基金
- 二、客户画像---公募基金投资者最新数据
- 三、基金投资三大技巧
- 四、定投 VS 择时
- 五、基金的售后维护

第五讲：配置中的“雨伞”——保险

- 一、为什么说现代家庭必须要购买保险？
- 二、保险在资产配置中的作用
- 三、保险销售逻辑与话术
- 四、重点客群的营销要点
- 五、热销产品“增额终身寿”的卖点

第六讲：配置中的“压舱石”——黄金

- 一、三大功能——保值、传承、避险
- 二、实物黄金（金条、工艺金）的卖点

三、积存金营销技巧

四、真金白银不怕火（解决客户与自己的疑惑）

第七讲：话术总结与通关演练

一、金融产品销售基本流程

二、引入资产配置话术：一个周期，两个提醒，三大好处

三、利益销售法则

四、通关演练