

《财富顾问一天工作流程》

——讲师 陈方晖

课程背景：

2021年官方报告显示，财富管理在过去的一整年发展迅猛。不过金融理财在未来的发展上则是困难重重，高收益产品的缺乏、低收益产品竞争力的走弱、以及互联网金融的冲击都使得传统金融业态的发展不容乐观。不可否认的是，金融行业未来的发展方向将是“财富管理”，其核心是使传统金融机构从被动的投资组合销售向主动的投资组合管理变化的过程。

如何培养优秀财富顾问，使其具备为高净值客户服务的能力，将成为左右金融机构未来成败的根本问题。

课程目标：

- 1、思维转型：帮助学员正确认知财富管理
- 2、知识强化：针对性进行知识讲授和提炼
- 3、技能夯实：强化并夯实财富管理的方法
- 4、发掘规律：掌握有效运用保险销售技能
- 5、持续服务：利用知识回馈客户增加业绩

课程特色：

学员导向：把握学员困境，因难制宜做计划

注重实践：剖析实战案例，全心投入学技能

强化实操：回归落地方案，知识燃烧重运用

课程时间：1 天

授课对象：金融行业的金融销售负责人，理财顾问

授课方式：课程讲授 70%，案例分析及小组研讨 20%，实操练习 10%

课程大纲

财富顾问一天的工作从：

首先财富客户筛选，其次九宫格寻找需求，再次绘制资产配置图，最后场景演

练及时间邀约

第一篇：财富客户分析与系统筛选

一、当前中国的财富管理行业

1.中国在世界经济中再次崛起 课堂探讨：未来 10 年的经济趋势

2.中国财富创造的历程 课堂探讨：财富边缘化的理解

3.中国当前的财富阶层 课堂探讨：他们在关注什么

4.客户需要的财富管理

二、我们需要怎样的理财顾问

1.当前金融销售人员的两难困境

2.解决金融销售人员困境的办法

小组研讨：客户买与不买的原因在哪里？

3.建立理财顾问式销售的模型

小组探讨：团队共创，建立模型

4.进行理财顾问式销售的意义

小组探讨：换位思考，角色扮演

三、更好为客户服务

1.理财顾问的专业提升 2.理财顾问的客户管理

3.理财顾问的时间管理

第二篇：客户拜访前九宫格分析客户

一、从缺乏信任到建立信任

1.专业形象

小组研讨：客户见面文字、声音、行为的重要性占比

2.专业能力

(1)对客户了解：家庭生命周期

(2)对客户了解：风险主观态度和客观承受能力

3.共同点

(1) 开拓高净值客户的途径 (2) 活动营销的策划及其执行

案例分析：高端圈层活动的案例分享

4.会面意图

小组探讨：客户见面三种意图的演练

二、从缺乏引导到挖掘需求

1.高净值客户一般需求

2.挖掘需求的流程

(1)有效提问 九宫格法：如何提出有效问题

案例分析：客户陈东坡见面前的问题准备

SPIN 渐进提问法。 小组研讨：客户陈东坡的 SPIN 提问

(2)善于聆听

小组研讨：客户四种典型的理财性格

案例分析：方小姐的理财性格之挖掘需求

(3)赞美客户 小组研讨：客户四种典型的理财价值观及其赞美

4.相互认同 小组探讨：三种话术的运用

三、从缺乏满意到创造价值

1.价值创造的要件

(1)筛选客户 小组研讨：黄金客户与不良客户的界定

(2)提高能力 小组探讨：我们的成长路径

(3)团队合作 小组探讨：打造未来的总监团队

2.价值创造：家庭财务诊断

(1) 家庭财务管理要素

(2) 家庭财务两大报表

案例分析：陆先生家庭的资产负债表与收入支出表制作

(3) 家庭财务指标分析

小组研讨：理财顾问与医生的关系

案例分析：陆先生家庭的财务诊断

第三篇：编制客户家庭资产结构图

一、实现子女教育规划

1.为什么要做子女教育金规划

小组研讨：小王的高等教育选择

2.怎么做子女教育金规划

3.进行子女教育金规划的工具

案例分析：马先生的子女教育年金保险

4.制定子女教育理财建议书

案例分析：方先生家庭子女留学规划

二、人人都要退休无忧

1.为什么要做退休规划

2.怎么做退休规划

3.进行退休规划的工具

4.制定退休规划方案

案例分析：马先生的退休规划建议书

三、定制个性化保险规划

1.什么是保险规划

案例讲解：保险规划的目的

课堂探讨：保单体检的必要性

2.客户保险需求分析

(1) 寿险需求分析 案例分析：陆先生保险需求确定

(2) 健康险需求分析 课堂探讨：确定重大疾病险种保方法

(3) 财产险需求分析 课堂探讨：一生保险需求分析图

3.保险规划案例分析

三口之家（双薪家庭）的保险规划

三口之家（全职太太）的保险规划

单亲家庭的保险规划

小组展示：不同类型客户保险规划的呈现展示

4.高逼格的保险会议营销

确定主题，筛选客户 优化流程，过程掌控

加强回收，产品签单

课堂演练：高端客户保险会议营销展示

四、资产配置的工具

1.财富金字塔 小组研讨：不同金融产品的投资

2.解读奔驰图 案例分析：陆先生家庭的奔驰图分析

3.财富生命周期 案例分析：陆先生家庭生命周期及其资产配置呈现

第四篇：财富客户拜访前演练场景

一、面谈准备阶段

1. 环境布置与氛围营造
2. 客户信息分析
3. 面谈计划

二、破冰暖场阶段

1. 回忆或赞美，构造愉悦和认同
2. 介绍流程，体现专业、利益与尊重

案例学习：某股份行的“财富体检”实战案例全流程分析

三、需求沟通阶段

1. 摆事实才能讲道理
2. 运用 SPIN 提问法寻找痛点
 - 1) SPIN 方法和原理
 - 2) SPIN 实战
3. 证实需求、强化需求和量化需求

案例学习：家庭保障需求和缺口测算

四、方案呈现阶段

1. 满足需求——切入产品/方案
 - 1) 不要让所有的努力毁于临门一脚
 - 2) 传统难点与痛点

案例学习：屡败屡战，屡战屡败，都是“比较”惹的祸

五、营销促成阶段

1. 提升需求——传递价值
2. 消除客户心中疑虑的四大方法

3. 现场异议处理“**Yes-But-So-Close**”技巧

实战练习：银行重点产品营销常见异议处理应对话术编写与练习

六、面谈收官阶段

1. 主动心态，完美收官
2. 营销收尾必做的环节——MGM