

# 《基金营销技巧与基金养客策略》

——讲师：陈方晖

## 课程简介：

商业银行的第三方业务收入已经越来越显得重要，银行的各种理财产品为个人或家庭，提供了理财规划和资产配置的全新途径。然而，对于商业银行的零售业务所面对的客户以及客户的需求，对应的产品优势等基本面及相应的营销技巧，许多银行理财经理对此都所知不多。不知道如何定位客户的群体分类、不知道如何发掘客户的需求、不知道如何通过深度挖掘客户需求达到营销目的、针对以上问题，陈方晖老师重点分析针对银行理财经理对客户经营和需求挖掘。

首先帮助学员系统分析客户的需求，然后深入讲解通过客户经营，以顾问式营销的技巧，帮助理财经理全面提升与客户沟通与深度挖掘客户需求的技巧，全方位助力您的业绩成长。

## 课程收益：

- 1、针对金融从业人员对中产群体理财客户的深度开发，转变产品导向
- 2、针对客户的四类风格类别，协助理财顾问认识理财客户、服务理财客户
- 3、不同客户提供个性化需求提供专属服务，以理财八大规划、六大流程为重点营销
- 4、提升金融从业人员服务意识，深化金融行业理财服务的流程，打造高效理财团队
- 5、以生动的课程模式，引领学员开展有针对性的专业技能与营销技能提升

**课程时间：** 2天 6小时/天

**授课方式：** 讲师讲授+案例分析+视频互动+角色扮演+情景模拟+实操演练+尖峰对决

**授课对象：** 理财经理、客户经理、主管行长、主任

## 课程大纲：

### 第一讲：金融理财基础之理财产品介绍与投资组合

#### 一、常规理财产品介绍

1. 货币市场投资理财产品
2. 固定收益投资理财产品
3. 权益类投资理财产品
4. 基金类投资理财产品
5. 实物类投资理财产品
6. 金融衍生类理财产品
7. 私募股权与风险投资产品

#### 二、理财产品投资五部曲

1. 了解客户
2. 了解风险
3. 了解目标
4. 了解工具
5. 了解时势
6. 投资工具收益、风险、流动性判别
7. 投资资产配置策略

#### 三、保险规划流程

1. 人寿险
2. 意外险
3. 医疗险
4. 重疾险
5. 养老险
6. 子女教育、意外
7. 财产险
8. 社会保险

#### 四、保险规划方案制定

1. 目标确认
2. 工具选择
3. 方案实施
4. 定期调整

#### 案例演练：保险规划案例演练

### 第二讲：基金筛选“六脉神剑”

## 一、基金选择“五问”

1. 基金过往表现如何
2. 基金过往风险评估
3. 基金投资范围
4. 基金管理方质量
5. 购买基金的成本

## 二、业绩评级基准与作用

1. 业绩基准指标
2. 指数业绩基准
3. 同类基金基准

## 三、如何衡量基金过往风险

1. 标准差
2. R 平方
3.  $\beta$  系数

## 四、为什么要关注基金经理

1. 基金管理方式
2. 如何选择基金经理

## 五、如何选择新基金

1. 基金经理管理经验
2. 基金公司其他基金业绩与运作
3. 基金经理的投资理念
4. 基金费用

## 六、基金费用测算

### 案例演练：选择优质基金

## 第三讲：理财经理销售策略篇

### 一、成交是营销工作艺术

- 1、我们竞争对手是谁？

2、我的客户在哪？

3、客户痛点在哪里？

理财经理扮演的三类角色分析

“托”——短暂业绩带来客户的终生流失

“推销员”——与巨大的工作量成绝对反比的低成交率以及低客户感知

“金融顾问”——能赢得客户托付终身的专业伙伴

4、场景演练：基于客户的金融现状与实际需求

“自然到访客户——（流量）咨询产品的客户时刻以客户利益为中心！”

“邀约到访客户——（存量）未接触过基金却要大额申购”为客户负责！”

“外拓开发客户——（增量）他行客户已购买高额理财产品”信任破冰！”

“客户说我不买了——（拒绝）”我如何解脱客户异议”

二、如何为客户带来巨大价值

1、客户的终身价值与成交价值

2、营销终止或失败背后客户心中的干扰因素分析

3、银行为客户能带来的价值与体验

4、客户犹豫不定时严禁的七种促单话术

## 第四讲：养客策略篇

一、让客户期待我们的电话——电话邀约准备

1、制定联系计划对工作的帮助

2、客户信息的收集与分析

3、SPIN 联系计划制定

4、运用赢单九问：为客户带来价值，让客户期待理财经理的电话

## 二、电话开场白

- 1、客户对陌生人的信息需求
- 2、电话开场白的脚本策划

## 三、邀约理由呈现与时间敲定

- 1、以客户利益为中心的语言意识
- 2、高度客户化的语言内容
- 3、时间敲定三步曲：欲擒故纵、主动出击、有张有弛

话术演练：时间敲定三步曲参考话术

## 四、电话后续跟进

- 1、跟进的作用分析
- 2、跟进的方式与要素
- 3、跟进的核心内容

案例分析：第一次邀约成功之后的跟进短信

## **第五讲：电话邀约实战演练篇**

### 一、符合办理理财贵宾卡条件的客户如何约见零售银行真实个人客户

背景：1、导入本类客户约见要点 2、学员按流程设计邀约话术

3、学员现场演练 4、演练点评与讨论 5、参考话术提炼

### 二、基金亏损客户如何约见

### 三、未买过理财产品的客户如何约见

### 四、打过电话但是未成功的客户如何约见

## **第六讲：邀约客户上门面谈技巧篇**

### 一、销售是可以设计的——客户面谈准备

- 1、面谈准备——以“二变”应“万变”
- 2、客户潜在理财需求分析
- 3、销售工具准备(人民币理财、基金定投、银保等)
- 4、客情关系建设道具准备

## 二、第一时间打倒竞争对手——面谈开场白

- 1、开场白的三大忌讳与三大目标
- 2、顾问式开场白的流程与要点
- 3、顾问式开场白的脚本策划

## 三、需求探寻技巧 SPIN“你认为你需要”

- 1、需求探寻行为与销售动机的关系
- 2、个人理财客户的典型需求
- 3、顾问式需求探寻流程四步走
- 4、客户典型异议处理

## 四、交易促成技巧

- 1、临门一脚应该怎么理解
- 2、成交的潜在好时机——透视客户心理
- 3、成交的风险控制
- 4、高效成交 7 大法宝——让成交成一种必然

情景演练：客户很想购买，但是又担心风险，怎么做？

情景演练：客户想买，但表示要跟家人商量，怎么做？

## 六、攻心为上——后续跟进与客户维护

讨论：写给高端客户的一封信

情景演练：成功营销的客户该如何跟进？

## 第七讲：客户面谈实战演练篇

- 一、基金亏损客户如何面谈
- 二、只存钱不理财客户如何面谈
- 三、主动来网点咨询的客户如何面谈
- 四、对银保产品有偏见的客户如何面谈

真实客户背景信息：

- 1、面谈要点
- 2、讨论面谈思路
- 3、学员现场演练
- 4、演练点评讨论
- 5、参考话术提炼

## 第八讲：小组、大组 PK 演练、讲授头脑风暴法