

# 《赢在心相应—银行高净值客户营销心理学运用与销售实例》

讲师：陈方晖

## 课程背景：

在中国宏观经济发展呈现 L 型走势的情况下，中国的私人财富市场继续保持了高速增长。报告显示 2018 年中国高净值人士有 158 万人，而在 2008 年这一数据仅为 18 万人，10 年间中国高净值人群规模翻了八倍还多。这个数据说明这一巨大的蓝海市场给我们寿险营销提供了无限的可能，而这些高净值人士对于财富管理及传承的需要随着社会关系及环境的变化，日益变得迫切。需要寿险专业人士利用保险功能结合法律常识为其做合理的风险规划与产品配置。这对于我们现有的保险销售人员提出了更高的专业要求，我们必须从根本上认识高净值客户的形与魂，从而为其解决问题，实现个人销售层次与格局的飞跃。

## 课程目标：

- 让学员充分了解高净值客户的资产现状打开销售视野
- 让学员掌握财富管理与传承的法律基础知识
- 让学员掌握针对高净值客群人寿保险的功能及风险规划的方法
- 以“千万保单客户成交典范案例”解读高净值客户的经营境界及方法
- 结合本公司核心产品做销售能力的转化

**课程时间：**1天，6小时/天

**课程方式：**讲授、案例解读及训练

**课程对象：**保险客户经理、理财经理

## 课程大纲

**第一讲：认识高净值客户的形——财富价值及管理的困境**

### 一、我国高净值客户的财富现状及需求变化

1. 高净值客户的资产规模
2. 高净值客户的财富盘点
3. 高净值客户的主要投资方向
4. 中国高净值客户的家庭变局及需求变化

**解读：**《2018中国私人财富报告》

### 二、财富管理的风险及法律诉求

#### 1. 家庭婚姻财富管理的困境

- 1) 富一代离婚

**案例 1：**王宝强离婚案的启示

**案例 2：**离婚前一个月 270 万趸交保险是否被分配

- 2) 富二代结婚

**案例 1：**富二代婚变谁动了我的奶酪

**案例 2：**富二代强强联合五千万嫁妆竟被冻结

- 3) 婚内财产保护

**案例：**郎咸平教授的故事

- 4) 法商八计应对婚姻风险

- a 赠与协议    b 资格审查    c 婚前协议    d 证据保全  
e 房产留名    f 财产约定    g 股权延后    h 借助工具

## 2. 财富传承的五大风险

- 1) 时间风险
- 2) 婚姻风险
- 3) 继承人风险
- 4) 税务风险
- 5) 债务风险

**案例 1：**许麟庐 21 亿遗产案持久战

**案例 2：**两任妻子三个儿子股权继承与代持风险

**案例 3：**王永庆天价遗产税

**案例 4：**侯耀文遗产案

**解读：**CRS 的意义与影响

## 3. 家业企业的混同

- 1) 个人账目企业账目不分
- 2) 为企业债务提供担保
- 3) 家庭财务无限为企业输血
- 4) 对赌协议、关联交易

**案例：**真功夫内斗将成天价离婚案

## 三、人寿保险功能解读与风险规划

### 1. 人寿保险核心功能

- 1) 定向传承
- 2) 避免诉讼、公正

- 3) 保留控制权
- 4) 婚前、婚后财产隔离
- 5) 债务隔离
- 6) 遗产税规划

## 2. 人寿保单风险规划

- 1) 婚姻风险隔离
- 2) 财富传承规划
- 3) 家业企业隔离

## 第二讲：认识高净值客户的魂——专业底蕴及素养的匹配

### 一、住进高净值客户心里

1. 了解高净值客户的财富积累历程

### 2. 找准与高净值客户相处的方式

- 1) 了解企业
- 2) 判断性格
- 3) 摸清喜好
- 4) 聆听发问
- 5) 不卑不亢
- 6) 专业致胜

### 3. 走心的经营之道

- 1) 见证成长
- 2) 节点经营
- 3) 谦卑求教
- 4) 润物无声
- 5) 水到渠成

### 二、高净值客户成交经典案例解读

1. 《用心服务成就千万东方红》——通过高净值客户的经营范例，体味走心的经营之道

2. 《开门红的准备就是客户的准备》——分析高净值客户的节点运作方法，将成交变成现实

### 三、与高净值客户共同成长

1. 形象
2. 心智
3. 专业

### 第三讲：核心产品配置方案及销售转化

#### 一、核心产品的功能介绍

1. 财富传承类产品功能介绍
2. 家庭安全类产品功能介绍
3. 资产分离类产品功能介绍

#### 案例实操训练

##### 1) 财富传承案例

**案例解析：**企业家的传承规划

##### 2) 家庭安全案例

**案例解析：**子女婚前财产的规划

##### 3) 资产分离案例

**案例解析：**父债可子不还

#### 二、产品销售实战转化

##### 1. 高净值客户盘点

- 1) 建立人脉卡
- 2) A/B/C 客户分类
- 3) 筛选 A 类客户

##### 2. 客情分析

- 1) 信息掌握的程度
- 2) 接触次数
- 3) 再次接触的难易程度

### **3. 判断需求确定沟通方向**

- 1) 财富传承
- 2) 婚姻财富管理
- 3) 资产分离

### **4. 匹配产品组合**

- 1) 保险主功能的确认
- 2) 保险关系人的确认
- 3) 缴费金额的确认