

# 保险在个人资产管理中的功能与意义

主讲：金玉成

## 课程背景：

随着客户理财观念的逐渐成熟，以及财富管理市场由蓝海进入红海，竞争越来越激烈：第三方财富管理、独立理财顾问迅速掘起，信托、基金等公司纷纷成立财富管理中心，绕过保险公司直接面向终端客户，保险在产品上的优势已经越来越少。与此同时，单一产品销售带来的问题也逐步显现：越来越多的销售顾问抱怨自己就是个业务员，根本谈不上为客户做资产管理；产品信息通过短信、电话、微信大量发布，但响应的客户几乎没有；迫于任务压力盲目销售，事后却因市场下行、客户亏损而疲于奔命；抱怨客户片面的追求产品收益，而自己又不得不通过直接对比产品收益去吸引客户；客户忠诚度不高……

金老师经合自身多年的保险从业经历，总结出完整的资产配置方法及营销技巧，帮助销售顾问树立专业形象、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，有效提高成交率。

## 课程收益：

- 1、使销售顾问掌握资产配置的三大原理和四步基本流程
- 2、掌握五大类资产的特点和配置方法
- 3、通过资产配置提高客户贡献度和忠诚度
- 4、增加销售顾问职业认同，提高队伍稳定性

**课程时间：**1天，6小时/天

**适合对象：**一线销售团队全体员工及相关管理者

## 授课方式：

专题讲授、案例分析、工具分享、现场演练、小组研讨、互动提问、启发教学

## 课程大纲：

### 第一讲、为什么要做资产配置

#### 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
- 2、各大金融机构在财富管理市场的优势和劣势  
券商、保险、第三方理财、互联网金融……
- 3、保险公司在财富管理市场的优势和劣势

#### 二、保险公司自身盈利模式的变化需要

#### 三、保险公司营销模式的变化需要

#### 四、客户利益的回归需要

案例：为什么客户说“我不需要销售顾问”？

#### 五、队伍培养的自勉需要

详解：低段位销售顾问和高段位销售顾问

### 第二讲：什么是资产配置

案例：德国足球的哲学

#### 一、经济周期与美林投资时钟

#### 二、静态资产配置与动态资产配置

- 1、两者的区别
- 2、动态资产配置的必要条件

A、统一、稳定、相对科学的方法论

B、兼顾营销包装性和实操可行性的方法论展现形式

### 三、资产配置的基本思路

1、基本流程：问诊、把脉、讲思路、开药方

互动讨论：医生是怎么做营销的？

2、从资产期限角度谈资产配置

案例：24 美元买下的曼哈顿岛

3、从风险波动角度谈资产配置

案例：两种不同的投资策略的巨大差异

案例：美国 26 年漫漫熊市的生存之道

### 第三讲：五大类资产的特点和在资产配置中的运用

#### 一、现金管理类

1、货币基金

2、宝宝类产品

#### 二、固定收益类

1、固定收益型理财

2、全方位资管计划

#### 三、权益类

1、公募基金

2、私募基金

3、其它权益类产品

#### 四、另类产品

- 1、定向增发及 PE 产品
- 2、结构性产品
- 3、大宗商品及收藏类产品

## 五、保障类产品

### 第四讲、富人营销心理学

#### 一、为何要使用富人的心理学？

#### 二、社会上的九种富人？

#### 三、不同金融服务对九种富人的吸引力？

#### 四、营销心理与行为分析

- 1、客户为什么会购买？
- 2、了解客户的两大购买动机是什么？
- 3、如何发觉客户的问题，揭开他们真正的需求。
- 4、如何抓着「关键性的理由」来促成交易。
- 5、买卖的核心要素
- 6、达成消费的核心

#### 五、销售顾问如何了解客户心理？

- 1、了解客户采购的考虑因素和决策心理
- 2、动机理论
- 3、关键按钮
- 4、高成交率模式解析

#### 六、影响客户资产配置的心理因素

动机、知觉、刺激反应、性格、态度、生活方式、文化影响、

社会阶层、群体影响、购买习惯

## 七、客户性格的预测：

- 1、通晓人性，探索人的行为内在动力
- 2、了解他人行为动机与及别人对事情反应
- 3、基于心理的三种客户类型的资产配置组合

## 第五讲、课程回顾与互动交流