

基金定投营销技能提升

主讲：金玉成

课程时间：1天，6小时/天

课程对象：

授课方式：

专题讲授、案例分析、工具分享、脑力激荡、小组研讨、互动提问、启发教学

课程大纲：

导入：基金营销七大难

第一讲、基金营销观念梳理

一、认知的突破

- 1、基金营销应有的两个观念
- 2、基金营销的两个问题
 - A、新客户开发难
 - B、营销流程问题
- 3、营销定投的两个目的
 - A、银行开发中高端客户的利器
 - B、维护老客户的最好工具

二、客户经理基金组合营销的两个认识

- 1、金融产品的组合营销
- 2、营销手段的组合营销
- 3、接触客户的四个关注
- 4、营销主题的三个设计
- 5、六大目标客群关心点

第二讲、基金定投营销技能提升

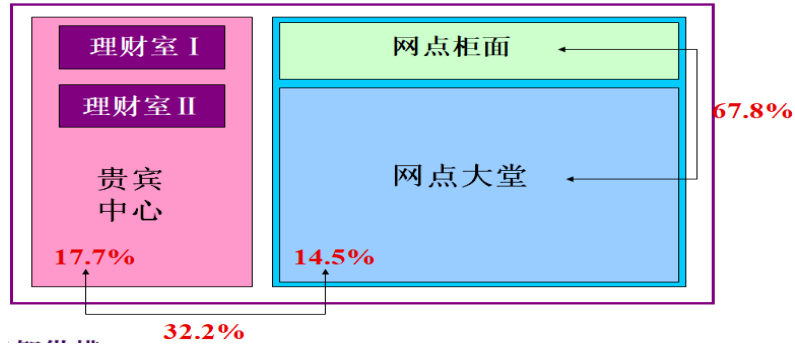
一、基金亏损族解套营销

- 1、三个目标对象
- 2、详细营销流程
 - A、发送维护理财观念信息（含结构与内容）
 - B、电话接触与邀约（含追踪话术范例）
- 3、解套客户营销接触六步流程

二、陌生客户电话邀约+理财沙龙营销定投

- 1、陌生客户名单来源
- 2、陌生客户有效电话接触六步流程
- 3、电话接触前的两个准备
- 4、短信设计的四个关键（含范例）
 - A、系统内不熟悉的客户
 - B、以产品为媒介接触存量客户
 - C、陌生客户接触短信
 - D、理财沙龙邀约短信
- 5、理财沙龙有效电话邀约话术
- 6、理财沙龙开发优质客户的六个步骤

三、网点基金营销动作分解



- 1、网点各营销岗位动作分解
 - A、大堂经理一句话营销基金范例
 - B、大堂直接营销基金的三个时机
 - C、柜员：客户挖掘与产品推介
 - D、柜员的六步营销动作分解
 - E、客户经理：客户开发与持续维护
 - 2、岗位营销技能提升三个重点
 - 3、营销辅助工具
 - A、营销辅助工具的作用
 - B、一对一营销的四项辅助工具
 - C、日常客户开发的三项辅助工具
 - 4、营销辅助工具应用范例
 - A、理财观念 DM 应用（含话术）
 - B、产品说明 DM 应用（含话术）
 - 5、有效的产品说明结构
 - 6、如何进行有效的促成
 - 7、成交后的客户维护
- 第三讲、课程回顾与总结**