

《理财经理客户精细化管理与深度挖掘》课程纲要

课程背景：

2022年1月，资管新规彻底在中国开始全面实施，给财富管理行业带来了深刻的影响，必然导致各家金融服务机构之间竞争加剧，种种挑战越来越考验理财经理的客户管理能力需求挖掘能力，本课程针对此背景研发

课程获益：

1. 提升服务客户的理念和原则
2. 掌握辨别客户商业价值的方式
3. 掌握行之有效的深耕客户需求的具体方法
4. 掌握详尽解读和分析客户的工具
5. 增强理财经理的专业竞争力
6. 提升业绩，扩大中间业务收入的金额

课纲内容：

第一部分：理财经理的新定位

一、银行理财经理的心理状态

二、银行金融服务的新理念

三、冰火两重天的理财经理：

- 1、推销型理财经理：任务压力大、成交金额小、客户体验差、复购率低
- 2、专业型理财经理：专家地位、客户稳定、频繁互动、体验良好、重购率高

一、零售银行网点客户营销维护现状盘点

1. 网点客户如何分配？你的客户总量有多少？
2. 你熟悉的客户占客户总数是多少比例？
3. 当前客户的产品持有情况，购买__个产品以上的客户有多少？与刚轮岗时对比如何？
4. 平时如何开展手机银行、信用卡、基金、保险等指标的交叉销售和精准营销？
5. 系统中如何“寻宝”？如何小批量、精准化进行客群经营？
6. 客户关系管理不得不关注的几个点？

二、理财经理的岗位新要求与核心能力

1. 客户关系的卓越体验全流程设计关键点
2. 赢在面访，提升线下社交沟通全景能力
3. 线上获客、活客、提客升级与模式创新
4. 让个人 IP 及综合竞争力不断增强的秘密

第二部分：客户商业价值区隔

1. 客户价值分类管理

VIP 客户：可以对客户经营做出持续贡献的客户，做深度经营

普通客户：需求型伙伴，只是有需求是才购买，拉客户需求

重铅客户：客户经营收入小于的客户，成本中心，低成本服务、转介绍

2. 客户 KYC 资料整理

- 1) KYC 表格化管理客户信息
- 2) 客户历史资产配置整理
- 3) 客户需求变化总结

第三部分：客户需求锁定专业技巧

1. 顾问式需求探寻与分析确定

- (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) 顾问式寻求探寻的四项关键任务
- (4) 顾问式需求探寻流程四步走

2. 金融产品呈现技巧

- (1) 产品配置与组合的作用与要点
- (2) 投资理财产品呈现三步曲

(3) 产品呈现关键技巧：定位、结构化、情景化

(4) 一句话产品呈现技巧

(5) 产品讲解 FABE 法

3. 异议处理技巧

第四部分：客户生命周期深耕模式

1. 客户生命周期区分

1) 拓展期：新客户关怀-牵手行动

2) 经营期:存量客户提升-雪球行动与活跃客户巩固-掘金行动

3) 挽留期预警客户挽留-排雷行动与流失客户挽留-回流行动

2. 落地深耕细作战略

1) 客群生命周期划分、新户开发五大法则、旧户维系之九大客群经营策略

2) 绘制客群画像+分析客群特征”——零售客户批量化经营与典型客群维护原则与案例分享

3) 客户主动走入你的主场——GYC 逻辑树构建

4) 维护的高效标准化流程锻造

第五部分：紧紧抓住保险销售业绩的底层逻辑

1. 保单业绩=面谈次数 X 成交概率 X 件均保费

2. 形成保单销售业绩瓶颈的原因

1) 理财经理销售信心不足

2) 粗暴推销产品的痕迹太浓

3) 抓不到保单销售切入点

3. 保险销售业绩倍增的方式

1) 彻底解决“客户为什么要跟你买保单”的问题

2) 挖掘客户群体的需求共振

3) 程序化批量销售保单

4. 程序化激发客户需求

必须解决的三个问题

- 1) 为什么要通过保单来储蓄？
- 2) 通过保单储蓄能解决什么问题？
- 3) 为什么通过你来购买储蓄型保单？

1. 筛选合适的客户群体

- 1) 我的储蓄型保单成交客户数据分析
- 2) 锁定最容易成交储蓄型保单的客户特征和客户类型

2. 储蓄型保单需求切入点与成交话术

- 1) "囤积现金"需求切入点与成交话术
- 2) "跨越周期"需求切入点与成交话术
- 3) "资信证明"需求切入点与成交话术
- 4) "降维传承"需求切入点与成交话术
- 5) "现金价值"需求切入点与成交话术

3. 保单结构设计 with 保金额确定 (客户利益协调)

4. 模拟演练：锁定并直接切入客户需求点话术

反对问题解答：

1. 只相信大保险公司的保单
2. 根本赔偿不到
3. 保险公司破产怎么办
4. 保单收益太低了
5. 缴费时间太长了