

《商业银行零售存量客户深耕》

课程背景：

随着我国居民收入与可投资资产的逐年增加，商业银行财富管理业务越来越受到重视，银行之间对中高净值客户的争夺愈加激烈，零售优质客户对理财经理的专业素养要求水涨船高，如何提升现有零售客户的忠诚度和依赖度，进一步深入挖掘存量客户的财富管理需求成为非常重要的课题

课程获益：

1. 理解并掌握科学管理客户的方式
2. 掌握依据商业价值区分客户服务等级
3. 聚焦高商业价值客户
4. 掌握提升存量客户关系的方式和分析存量客户诉求的方法
5. 掌握存量客户 KYC 深耕模式
6. 构建从深耕客户到增强金融产品销量的闭环流程

第一部分：零售存量客户资产配置中的新变化

1. 资管新规彻底落地与金融服务需求质变
2. 零售客户的房地产配置拐点出现
3. 我国居民金融资产配置 VS 美国居民金融资产配置
4. 零售客户资产配置的巨大潜力和产品方向
5. 综合资产配置 VS 单一资产配置
6. 深耕零售存量客户对理财经理能力值的新要求

第二部分：客户深耕中的偏袒原则

1. 银行网点零售客户结构数据分析
2. 客户商业价值与客户等级分类
 - 1) 最有商业价值客户---定制深耕（争取引荐行外高端客户）
 - 2) 高度商业价值客户---匹配深耕（防止资产流失，争取更多资产流入）
 - 3) 较有商业价值客户---需求深耕（主流群体，深度配置，提升等级）
 - 4) 普通商业价值客户---高频深耕（识别潜力客户，提升认可度和互动节奏）
 - 5) 较少商业价值客户---询问深耕（弄清导致睡眠的原因）

3. 深耕零售客户的原则

- 第一：决定哪些客户群不做深耕
- 第二：大数据聚焦可批量开发客户群
- 第三：识别具备潜力客户群
- 第四：定制服务高度商业价值客户群
- 第五：提升客户群整体商业价值和产能贡献

第三部分：客户深耕方式 1---客户群互动

1. 线上客户交流深耕

- 1) 微信及朋友圈互动（产品、资讯与理念分析传播）
- 2) 微信群互动（批量深耕、专题深耕）
- 3) 直播互动（树立专业形象、增加客户粘性）

2. 线下客户活动深耕

- 1) 传统吃喝玩乐活动主题的效能下降（无法避免）
- 2) 活动主题精心选择（贴近客户需求 and 社会经济实际）
- 3) 客户群针对性邀约（目标精准必然深耕效率提升）

第四部分：客户深耕方式 2---专业化财富管理

1. 深度客户 KYC（课程中学习 KYC 工具应用）

2. 课堂互动（A）：需求把控

- 1) ZS 银行 H 先生的 KYC 案例分析（实战案例）
- 2) 客户财富管理需求分析的 15 个维度（全面了解）
- 3) 倾听与客户属性判断（边听边归类）
- 4) 需求是询问出来的（询问话术）
- 5) 精准锁定客户需求（专业工具应用）

3. 课堂互动（B）：客户保险需求深耕

- 1) ZS 银行 J 女士及家庭已有保单整理
- 2) 客户保单结构与额度合理性分析 (专业工具)
- 3) 提问话术设计与客户保单需求再激发 (引起客户购买欲)
- 4) 倾听客户反馈与正面保单销售话术 (先保障、再储备)
- 5) 客户年金险 (终身寿险) 需求引导 (引导工具 + 专业话术)
- 6) 销售年金险 (终身寿险) 的核心观念沟通
- 7) 客户系列反对问题应对
- 8) 完成客户家庭保单配置 (让客户满意你的专业服务而购买)

4. 课堂互动 (C) : 客户基金投资需求深耕

- 1) 公募基金在家庭资产配置中的重要作用 (为何要买)
- 2) 分享基金储蓄案例---客户的基金投资方式 (怎样购买)
- 3) 客户需求深度挖掘 (购买理由)
 - a 基金在客户子女教育规划中的作用
 - b 基金在客户养老规划中的作用
 - c 基金在抵抗货币超发中的作用
- 4) 长期的钱与短期的钱 (购买多少)
 - a 基金历史投资收益数据分析
 - b 基金投资周期说明
- 5) 常见基金销售异议问题应对
- 6) 基金投资的售后客户深耕方式

第五部分: 现场互动答疑