

《穿越周期—财富管理进入定制时代》

【课程背景】

万物皆周期。理解周期的变化，才会在不断变革的时代洪流中找到安全点。踩对周期，个人的能力才能得到最大体现，跟着周期，个人财富才会不断增长，掌握周期，营销才能做到先人一步。

这节课将从认知的角度，带着大家一起了解什么是周期，新周期对我们和客户有什么影响，面对监管不断的变化，产品的收益走低，我们应该如何去适应和找到新的营销点，从而更好的给客户进行财富管理配置。

一句话：“真正优秀的营销高手，总是在时代变革中快速找准定位”！

【课程收益】

几个关键词：理解和掌握新周期、不确定、安全感

学会抓热点：营销需要理由，每一个热点就是一个理由

看准监管风：银保销售是紧跟监管风向发展的，懂监管能更早的掌握趋势

营销思维迭代：从产品思维迭代到服务定制思维，锁定大客户

【课程特色】

人和人之间的差距不是智商的高低，是对生活和工作的认知维度理解接受度决定的。随着时代的进步，每个金融人都要提升自己的认知能力，扩宽营销思维，掌握更多保险销售逻辑，才能稳得住老客户，带得动新客户。

【课程对象】

面向银行一线分管领导和理财经理。

【课程时长】

1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、2023年的关键词

1. 了解什么是周期，周期决定个人发展和财富高低（周期变化图）
2. 新周期，银保销售仍存在的8大问题
3. 找到不确定性，人的内耗就是过度关注不确定的东西
4. 人的大脑喜欢确定和安全感（分析客户和你的不确定感）
5. 安全感的建立，来自对事物的高度认知和擅于分析

总结：应对策略就是不断学习知识迭代，积极面对寻找确定，专业定制传递安全

二、新周期的十大热点

1. 关注5大民生，围绕5个问题做财富配置
2. 剖析10大热点，每个热点都可以和客户建立链接
3. 链接的终端，大胆跟进保险定制服务（顾问营销）

三、从监管走向看产品更迭

1. 501号文件的吹风
2. 银行和保司分类管理，金管局的成立
3. 第三版《保险保障基金管理办法》
4. 8月1号，3.5%时代的终结

总结：每次的监管背后都是一个高光时代的结束，这将考验我们每个金融营销人的智慧和应变能力。谁看到了希望，谁将收获更好的果实。

四、营销思维的迭代

1. 回顾中国银保业的发展阶段

2. 清晰了解银保三大主力产品
3. 从产品思维向定制服务迭代

五、双生兄弟的变迁

1. 银保产品的“保+守”
2. 看懂两大金刚的作用
3. 年金险+分红险的使命

总结：用已经发生的事告诉客户明天一定会发生的事！