

# 奔驰汽车金融理财知识提升

张光禄老师

## 课程背景：

在变幻莫测的当代金融经济环境下，金融市场内各金融机构间的竞争日益激烈。如何才能留住现有客户、拓展新潜在客户、如何提高客户的签单率都是摆在我们面前的又一挑战。破局之道不仅只有你的产品拥有核心竞争力，还要通过提高员工的专业知识从而提高客户服务能力，让你的员工提供的专业服务也变成一种有价值的产品。只有这样才能在竞争日益激烈的当下实现集团战略目标的达成。

## 课程收益：

通过对本课程三个部分的学习让学员对金融理财、宏观经济有全面的了解，并通过与汽车消费金融业务进行融合，让学员可以解决客户在购买消费金融产品时的各种疑虑，从而提升签单率。

## 课程对象：

奔驰汽车经销商、汽车金融服务专员、汽车销售顾问及相关需求者

## 课程时长：

1天（6小时/天）

## 课程大纲：

### 第一部分 金融理财与金融市场概览

#### 一、什么是金融理财

- 1、首先我们要了解“金钱”的运作逻辑
- 2、你认为什么才是金融理财？
- 3、在金融理财产品众多的当下机构爆雷事件频发

例：e租宝、泛亚有色

- 理财客户为何频频踩雷：过于看重产品的收益率
- 金融市场丧失信任就等于丧失一切

- 4、财富管理的正确做法：先定目标框架，切莫盲目跟风

#### 二、家庭财富管理目标

- 1、生活中都有哪些财富目标
- 2、生活中的各类支出带来财富管理需求
- 3、如何通过金融理财来实现我们生活中的各类目标
- 4、理财规划的总体目标：首要问题：财务安全；终极目标：财务自由

#### 三、财富管理的四大核心规划

##### 1、财富管理之现金规划

- 信用卡、货币基金、定期存款、活期存款、现金管理
- 现金管理：覆盖3-6个月支出

##### 2、财富管理之消费支出规划

- 住房消费规划、购车消费规划、日常消费规划
- 说一说家庭大额消费支出：购房、购车

##### 3、财富管理之教育规划

- 孩子上学负担重
- 教育负担不等人
- 及早规划能减半

工具：教育理财子账户工具

##### 4、财富管理之退休养老规划

- 社保两个字：不够，不信算一算，算完知落差
- 年金两个字：没有，企业年金养老全国仅覆盖几千万人
- 未来养老靠什么：及早规划，降低六七成负担
- 结论：不用冒险也能有金色晚年

工具：养老理财子账户工具

理财规划							
年化收益率	4.50%	退休年龄	55	年投入金额	31,642.28	累计投入	-632,845.67
投入年限	20	寿命	85				
起投年龄	35	退休后每年费用	60000	减负比率	65.98%	养老需求	1,860,000.00

#### 四、理财规划的六大核心财务比率

- 1、结余比率
- 2、财务负担比率
- 3、负债比率
- 4、清偿比率
- 5、投资与净资产比率
- 6、流动性比率

#### 五、数一数个人家庭投资理财品种

- 1、十二大投资门类：股、债、基、银、贵、期、保、汇、地、私、信、币
- 2、细数十二大门类产品的**投资流动性和投资收益率**
- 2、最基础的理财：不穿透底层，能刚性兑付——最省事
- 3、过渡性的理财：不穿透底层，不刚性兑付——看似省心，问题多发
- 4、最唬人的理财：能穿透底层，不刚性兑付——未来趋势
- 5、另类理财：进入壁垒较高，不适合一般家庭

#### 六、高于家庭投资理财品种的投资

- 1、投资自己：学习、形象、圈层
- 2、投资自己的企业：通过生产运营产生投资收益

#### 七、后疫情时代的家庭资产配置逻辑--通过两大收入理论看家庭收支

- 1、《富爸爸，穷爸爸》作者罗伯特·T·清崎——收入四象限理论
- 2、曾任哈佛经济学院院长本杰明·弗里德曼——持久性收入理论
- 3、确定的被动收入以及持久性的稳定被动收入是家庭资产配置的重中之重
- 4、家庭支出：会花、敢花、有规划、有钱花

### 第二部分 宏观经济与行业分析

#### 一、宏观经济基础

- 1、宏观经济分析的意义和内容
  - 2、总需求和总供给经济分析
  - 3、宏观经济政策
  - 4、经济周期理论
  - 5、产业政策和行业分析

#### 二、需求与供给分析

- 1、需求与供给的基本原理
- 2、我国宏观经济发展的主要特征
  - 经济处于滞胀状态
  - 劳动力正在变得短缺，企业成本上升
  - 资本处于过剩状态，热钱对行业冲击

案例：分析 3524 家上市公司息税前利润与总资产比率、影视行业受到资本冲击

- 3、总产出、价格水平与经济增长

#### 4、理解经济周期

#### 5、我国宏观经济发展面临的主要内部风险

- 当前状况：六保、六稳
- 深层次风险：人口断崖式下降致使内需不足、土地成本日渐上升

### 三、宏观调控

#### 1、区域经济

- 2009 年以来国内市场逐渐崛起
- “3+8”城市网络群奠定中国未来十年经济承载

#### 2、供给侧改革与资本市场

- 2015 年前后，资本市场淘汰“落后”企业
- 2019 年年底，十九届四中全会首次提出，劳动要素市场评价

#### 3、货币政策与财政政策

#### 4、财政政策分析

- 历年财政部的收支情况
- 分析税收与非税财政收入——收入与支出直接影响财政政策
- 从国债市场研判未来财政政策

案例：为企业减税降费，新基建看财政政策发力

#### 5、货币政策分析

- M1、M2 增速回顾
- 分析人民币汇率及外汇占款——货币政策必须顾及人民币汇率
- 从通胀研判未来货币政策

#### 6、国际贸易与汇率

#### 7、我国宏观经济发展面临的主要外部风险

- 改革开放以来形成的外向型经济
- 国际贸易：海外订单受冲击
- 美国下一步动作：产业回归

### 四、行业分析的基本方法

#### 1、静态行业特征：完全竞争、垄断竞争、寡头竞争、完全垄断

案例：航空业一旦脱离寡头竞争，巴菲特与特朗普一样亏钱

#### 2、经济周期下行业特点

案例：经济下行压力下，全聚德与康师傅鲜明对比

#### 3、行业的周期性特点

- 初创期：先吃螃蟹的人，身边多为 3F (family、friend、fool)

案例：阿里的十八罗汉

- 成长期：赚钱效应吸引众多跟进者

案例：千播大战、千团大战

- 成熟期：双马竞赛或者胜者通吃

案例：安卓与 IOS、微信与 360 杀毒

- 衰退期：行业消亡，非人力能改变

案例：寻呼机、电视游戏机、报刊亭、修钢笔修雨伞、公交车售票员

#### 4、行业运营独有特征

案例：互联网行业特征：胜者通吃（微信）、先行者优势（搜狐、网易、新浪，因为领先即使没有独到也能生存）、迂回优势（苹果打败诺基亚）

#### 5、现金流量特征

- 现金盈利

案例：宁德时代 230 亿买理财

### 第三部分 汽车消费金融业务融合

## 一、实现我们的核心小目标

- 1、核心目标：提升销量、增加收入
- 2、运用各类数据作为客户营销中的工具  
宏观经济数据、行业研究数据、理财产品数据
- 3、为客户设计专属的融资解决方案

现场演练：带领现场学员进行客户购买方案的设计

## 二、汽车消费金融产品能给客户带来的好处

- 1、客户为什么会选择你的产品？  
人类行为的两种源动力
- 2、运用杠杆功能撬动货币的使用率  
通过了解货币的运作逻辑看货币如何帮你升值
- 3、通过货币的时间价值让你赚的盆满钵满  
了解货币的现值终值概念，让时间帮你赚钱
- 4、全球金融利率持续变化让你的用车成本不断降低  
通过利率的变化计算用资的实际使用成本

现场演练：带领现场学员进行汽车消费金融给客户带来的好处

## 三、客户永远是你最大的资产

- 1、将客户进行分层管理
- 2、永远站在客户的立场思考问题
- 3、客户产生购买决策时会考虑的 5 大因素
- 4、客户购买时可能会产生的 6 大障碍
- 5、解决客户 6 大障碍的 8 大解决步骤

现场演练：带领现场学员进行客户购买障碍解决练习