

少儿财商沙龙专业知识与活动策划组织实施实践

张光禄老师

课程大纲：

少儿财商专业知识板块

一、我们为什么要举办少儿财商这件事儿

1. 当下银行理财业务经营中的竞争过大
2. 从小进行品牌植入，为未来的客户结构优化提前做好储备
3. 通过少儿财商活动迅速打开孩子家长的心
4. 通过少儿财商活动提升客户对银行和客户经理的4度

二、我们要通过沙龙活动传递给孩子们的理财观

1. 少儿财商的第一步就是要让他们对钱建立一个概念
2. 让孩子了解钱这个工具所带来的价值和意义
3. 让孩子了解资产和负责的本质区别
4. 让孩子了解钱和时间的关系
5. 让孩子了解我们为什么要做理财
6. 记账是理财的真正开始
7. 价值交换是永恒不变的法则

三、做好少儿财商沙龙活动所需要的财商知识

1. 把脉财商

- 财商指数是多少
- 开发你的致富潜能
- 财商测试

2. 观念决定贫富

- 财富观念不同，产生效果不同
 - 将财富当做资本
3. 建立家庭财务档案
 - 家庭理财：早规划早受益
 - 建立家庭资产档案、财务账簿
 4. 让钱流动起来
 - 开源比节流更重要
 - 运筹资金，让金钱为你工作

四、做好少儿财商沙龙活动所需要的金融专业知识储备

第一部分 金融理财概述（掌握）

一、什么是金融理财

1. 金融理财的定义
2. 金融理财的4大要点
3. 金融理财的5大误区

二、为什么需要金融理财

（一）金融理财的目的

1. 通过收支曲线图看财富人生
2. 平衡收支——收支总量和收支时间的不一致性
3. 平衡收支方法

（1）代际赡养

- (2) 国家福利
 - (3) 终身理财
 - 4. 财富管理
 - (1) 什么是家庭财富
 - (2) 居民财富水平不断提高
 - (3) 财富集中度的变化
 - 5. 支出的合理控制
 - (1) 消费支出的阶段性特点
 - (2) 支持结构的变化
 - (3) 恩格尔系数和福利制度改革
 - 6. 理财决策日益复杂化
 - (1) 金融产品的多样化
 - (2) 风险管理的复杂化
 - (3) 投资理财的专业化
 - (二) 金融理财的意义
 - 1. 一生财务资源配置效用的价值最大化
 - 2. 平衡家庭一生的收支
 - 3. 投资预算
 - 4. 风险预算与控制
 - 5. 合理减轻税收负担
 - 6. 保障退休后的生活品质
 - 7. 财产的传承
 - 三、专业理财师的成长路径
 - 1. 金融理财发展的历史背景
 - (1) 1929年美国股灾让人们金融机构丧失了信心
 - (2) 大危机后保险营销人员开始提供金融理财服务
 - (3) 70年代后迎来超前消费观念增加了投资决策的复杂性
 - 2. 金融理财已成为一门学科
 - 3. 金融理财师需具备的知识、能力、技能
 - 4. 理财从业人员的职业发展路径
 - (1) 理财规划培训生
 - (2) 理财规划主任
 - (3) 理财规划经理
 - 四、金融理财规划师的培养目的
 - 1. 了解现代金融理财理论
 - 2. 基本掌握各项理财工具
 - 3. 提高为客户服务的综合技能
 - 4. 具备崇高的金融理财职业道德
- 第二部分 金融机构功能与监管 (了解)**
- 一、金融体系和金融市场概述
 - 1. 金融体系的定义
 - 2. 金融市场的两种定义
 - 3. 金融市场的两种融资渠道
 - 4. 金融市场参与者及其角色

- (1) 家庭
 - (2) 公司
 - (3) 金融中介与市场专家
 - (4) 政府
 - (5) 中央银行
 - (6) 外国参与者
5. 金融市场的融资工具
- (1) 债务证券
 - (2) 股权证券
6. 金融市场的分类
- (1) 货币市场
 - (2) 资本市场
 - (3) 一级市场与二级市场
 - (4) 即期市场、远期市场与期货市场
 - (5) 交易所市场和场外交易市场

二、中国金融机构的主要功能

1. 金融监管机构

- (1) 中央银行
 - ① 中国人民银行
 - ② 中国人民银行货币政策目标
 - ③ 中国人民银行作为中央银行的责任
 - ④ 货币政策委员会
- (2) 中国银行、保险监督管理委员会
- (3) 中国证券监督管理委员会

2. 银行业金融机构

- (1) 政策性银行
- (2) 商业银行
- (3) 国有商业银行
- (4) 股份制商业银行
- (5) 城市商业银行和农村商业银行
- (6) 外资商业银行

3. 非银行金融机构

- (1) 保险公司
- (2) 证券公司
- (3) 基金管理公司
- (4) 信托投资公司
- (5) 财务公司
- (6) 金融租赁公司

4. 金融控股公司

- (1) 三大国际监管组织给出的定义
- (2) 金融控股公司的三种主要形式

三、中国的金融监管制度

1. 金融监管的基本概念

2. 金融监管体系——一行一局三会分业监管

3. 金融监管法律法规

- (1) 金融法律
- (2) 金融法规
- (3) 金融规章
- (4) 规范性文件

4. 金融监管的主要内容

- (1) 市场准入监管
- (2) 市场运作监管
- (3) 市场退出监管

5. 金融监管措施和手段

- (1) 金融监管的主要措施
- (2) 金融监管的主要手段

6. 行业自律

第三部分 客户价值取向与行为特征 (熟练掌握)

一、家庭生命周期

1. 家庭生命周期理论
2. 不同家庭生命周期的理财重点
3. 家庭生命周期在理财上的运用

二、个人生涯规划

1. 根据生涯规划制定一生的理财计划
2. 生涯规划与理财活动
3. 一生的寿险安排

三、人生价值取向和理财价值观

1. 人生的价值取向

- (1) 富足感
- (2) 受偿感
- (3) 安全感
- (4) 构建理想人生

2. 人生的理财价值观

- (1) 义务性支出
- (2) 选择性支出
- (3) 主要理财目标
- (4) 理财价值观与理财规划

四、风险属性

1. 客户客观风险承受能力
2. 客户主观风险容忍态度
3. 风险矩阵与资产组合安排

五、客户理财性格

1. 根据对财富的态度划分客户类型
2. 客户的学习类型与沟通方式
3. 客户对于金融理财的认知程度及引导方式
4. 客户个人性格
 - (1) 私密性
 - (2) 依赖性

- (3) 冲动性
- (4) 纪律性
- (5) 客户理财性格与理财规划
- (6) 客户类型与沟通方式
- 5. 理财的性别差异
- 6. 宗教背景的差异
- 7. 文化背景的差异
- 六、案例展示
- 1. 客户理财价值观与行为特性
- 2. 客户属性的归类
- 3. 根据客户属性提供理财建议

第四部分 货币的时间价值 (熟练掌握)

- 一、货币时间价值的基本概念
- 二、现值与终值的计算
 - 1. 与货币时间价值有关的术语
 - 2. 单期中的终值和现值
 - 3. 多期中的终值和现值
 - 4. 复利和单利的区别
 - 5. 不同利率和不同期限下的现值变化
 - 6. 72 法则
- 三、规划现金流的计算：年金
 - 1. 期末年金和期初年金
 - 2. 普通年金
 - 3. 永续年金
 - 4. 增长型年金
 - 5. 增长型永续年金
- 四、不规划现金流的计算：净现值与内部回报率
- 五、名义年利率与有效年利率
 - 1. 复利期间
 - 2. 有效年利率的计算
 - 3. 复利期间与有效年利率
 - 4. 连续复利利率
 - 5. 名义年利率与有效年利率
- 六、货币的时间价值在金融理财中的应用

少儿财商沙龙的组织与实施板块

一、成功沙龙活动应该是什么样子？

- 1、成功沙龙活动的标准

案例分析：从老师刚刚举行完的北京农行壹私行的高净沙龙活动看活动标准

- 2、沙龙活动的定位分析

案例分析：老师带领理财团队举办的我是小小银行家、不出国门认世界（外币识别）等活动

- 3、沙龙营销常见问题及解决思路

二、网点沙龙诊断扫描仪

- 1、少儿财商沙龙活动主题类型
 - 亲子互动活动
 - 少儿交友联谊
 - 少儿金融服务台
 - 少儿读书交流活动
- 2、网点沙龙诊断定位
 - (1) 网点沙龙诊断扫描仪
 - 网点沙龙客户群体分析
 - 网点沙龙区域分解扫描
 - (2) 网点诊断定位自画像
 - 网点沙龙需要明确的观念态度
 - 网点沙龙策划和执行的知识和技能
 - (3) 明确本次沙龙活动主题和想要达到的目的

三、沙龙活动实施流程

- 1、含苞蓄能：高效沙龙的前期准备
 - (1) 组建沙龙团队
 - 1) 沙龙团队职责分工和关键任务分解
 - 2) 主持人、主讲人培养
 - 主持人和主讲人主持稿策划技巧
 - 主持人和主讲人现场演绎技能提升
 - 现场演练：主持人和主讲人演练通关
 - (2) 沙龙活动客户筛选
 - 获取客户信息的主要途径
 - 工具：《沙龙活动客户筛选表》
 - (3) 沙龙活动客户邀约
 - 1) 客户邀约策略分析：
 - 短信预热的注意事项
 - 客户电话邀约话术设计要点
 - 客户拒绝应答策略技巧
 - 实战演练：针对客户的进行电话邀约
 - 2) 微信推广邀约模式
 - 微信朋友圈经营推广
 - 微信目标客户邀约技巧
 - (4) 沙龙活动物料准备
 - 1) 礼品的种类与设计
 - 2) 沙龙活动场地选择标准
 - 3) 沙龙活动场地布置要求
 - (5) 沙龙活动方案策划
 - 1) 沙龙主题设计与冠名
 - 2) 沙龙活动流程设计和创新
 - 3) 沙龙活动流程中风险防范
- 2、卓越绽放：高效沙龙的中期执行
 - (1) 客户签到、引导管理

工具：《客户信息收集表》

(2) 现场授课过程管理

(3) 现场互动抽奖设计

(4) 现场互动营销设计

现场营销需求挖掘

现场营销异议处理

现场营销临门一脚

(5) 成交客户签单管理和服务

3、蜕变深化：高效沙龙的后期维护

(1) 客户信息收集分析

(2) 沙龙活动成交客户跟进服务

(3) 后期未成单客户跟踪服务

四、沙龙活动经验沉淀

1、团队人员沙龙能力成长路径

2、沙龙活动成本合算

3、沙龙活动总结会议召开要点

五、总结复盘