

# 《基金营销技巧》

授课老师：张光禄老师

## 课程背景：

随着金融市场的不断发展，基金销售在银行理财业务中占有较大的比重，但大多数客户经理对基金的理解存有一定的偏差，对客户提出的异议处理能力略显不足，针对这一痛点，需要迅速补充客户经理的相关能力，从而提高银行整体的业绩量。

## 课程收益：

通过老师的讲解，深度了解基金投资的整体概念和投资逻辑，以及基金投资的常识性原则；了解基金投资在资产配置中的重要地位，以及配置方案；掌握基金营销的进阶技巧和方法，以及客户沟通中的六大核心障碍的解决方案；了解客户成交后的日常维护方法，以及二次开发并形成转介绍的核心能力。

## 授课对象：

银行行长、副行长、营业部主任、副主任、私行理财经理、理财经理、客户经理

## 课程时长：

半天~一天（6小时/天）

## 课程大纲：

### 一、基金投资理念

- 1.投资基金的概念
- 2.投资基金的产生与发展
- 3.投资基金的性质和特点
- 4.投资基金的功能与作用
- 5.投资基金的分类
- 6.投资基金的“常识”性原则
  - (1)长期的观念
    - ① 是选择投资还是投机
    - ② 长期投资的简单原则
  - (2)投资观念
  - (3)成本观念
  - (4)尊重市场的观念

### 二、资产配置中的基金配置策略

- 1.了解资产配置的核心目标  
一切的行为基于目标而定  
例：南航客户想实现的买包自由

- 2.资产配置
  - (1)合理的资产配置策略
  - (2)综合考虑年龄和资产
  - (3)关于成本的三种视角
- 3.关于全球化基金的资产配置
  - (1)全球化投资真的明智吗
  - (2)关于货币的风险和收益
  - (3)全球化的有效边界

- 4.优质基金的探寻
  - (1)平衡基金的历史
  - (2)发现并挑战指数基金
  - (3)挑选盈利基金的理论

- 5.关于时间的四个维度
  - (1)收益
  - (2)风险
  - (3)成本
  - (4)时间
  - (5)“72”准则

### 三、基金营销技巧、方法

- 1.投资基金的市场营销
  - (1)营销和销售的核心区别
  - (2)市场营销的 STV 三角形模型的解读  
例：拼多多如何通过市场营销策略提高销售业绩的

- 2.营销核心方法论
  - (1)从客户角度来看，投资的核心是要解决达成既定目标的问题
  - (2)如何实现“共同富裕”
    - 首先是要保证收入提高
    - 其次是要保证不再返贫
    - 然后是要保证稳步上升
  - (3)客户购买的永远是一种感觉（客户到底想通过购买产品得到什么？）
    - 客户经理：专业性，被专业人士服务的感觉；
    - 被尊重的感觉（浅表层面、深度层面）；
    - 信赖感
    - 收益率：幸福感
    - 喜悦感
    - 兴奋感
    - 安全性：安全感
    - 投资周期：确定感
  - (4)突破你的营销瓶颈  
重点讲解如何突破销售的六层抗拒

(5)放大你的公开象限

建立你的营销策略

例：浦发银行1元看电影；知名地产商宣传小区绿化的5层景观

### 3.基金营销中常见的注意事项

(1)认真考虑附加成本

(2)不要过高的评价基金的历史业绩

(3)利用历史业绩判定持续性和风险

(4)警惕明星基金和资产规模

(5)坚守你的基金组合

(6)时间能证明一切

## 四、售后营销维护，即再营销

### 1.投后其实是营销的真正开始

持续在客户面前秀专业

持续建立信任

信用产生信任

追加投资的最佳时机

行成转介绍降低拓客成本

### 2.梯度量表思维

例：航空公司的服务等级

### 3.维护好你的客户，让他为你服务

(1)塑造自己的核心竞争力

(2)通过各类活动维护

活动分级：SABC四级管理

活动内容：专业课程；专业论坛；各类沙龙

活动形式：线上；线下

(3)通过客户购买产品的阶段性进展进行沟通

随时跟进产品净值情况，实时或定时和你的客户进行沟通

(4)通过细节的服务打动客户

和你的客户见面前一定要做好充分的准备

记住客户的重要纪念日

例：浦发销冠的客户维护之道——通过维护好一个客户带来十个高净转介绍