

# 净值类产品营销课程大纲

张光禄老师 2021-05-28

## 课程背景

随着互联网时代的到来，智能终端已经成为全民必备的沟通工具，各类社交软件更是层出不穷，人们的沟通方式已经发生了巨大的改变。

企业的营销工作也随着互联网时代的到来不停的在变化中成长，在当下的环境中，我们要通过互联网营销方式来提高我们的综合效率，降低我们的综合成本，让企业才能获得更大的利润率。那我们应该如何通过社交软件来做好我们的营销工作呢？

## 互联网时代的营销工具

互联网时代的营销工具有哪些？

微信营销

自媒体营销

社群营销

APP 营销

这些工具有哪些特征？

什么方式是性价比最高的选项

只有适合你的才是最好的

当你感觉用什么营销方法都

抓不住客户的时候该怎么做呢？

首先放空自己，让自己从混乱中走出来

把所有的可选项都列出来并进行分析

根据核心目标按优先级排序

找到核心冲突点

找出冲突中的错误假设

最终找到核心解决方案

我们只能营销那些我们能影响的准目标客户

如何通过打造优质朋友圈实现营销目标

5 大步骤解决营销目标

## 净值类产品异议处理

什么是净值类产品

净值类产品都有哪些

净值类产品都有什么特征

为什么现在会有大量的这类产品出现

国家监管规定解读

目前市场上都有哪些机构在销售

银行、券商、三方

他们的市场份额如何

通过行研数据进行分析

客户到底要买什么样的理财产品  
只有充分的了解了客户的投资偏好才能更好的帮他做好资产配置

细数客户投资偏好

从客户的财富目标出发分析

从客户的投资偏好出发分析

站在客户的角度看净值类产品

在众多理财产品中为什么要配置这类资产

这类资产能解决我的什么财务问题

一类是我要买但是我又很担心安全性

一类是你要推给他让他买他并不了解

客户到底在担心什么？

收益率

能不能赚钱、能赚多少钱、是不是我期待的

会不会亏钱、最多会亏多少、我能不能承受

流动性

临时急用钱时能否拿来就用

申购赎回的开放期是什么时候

如何解决客户心中的疑虑

没有一套话术可以解决所有客户的问题

找到客户心中的核心诉求

找到客户疑虑的背后问题

净值类产品销售中客户的6大核心抗拒及处理心法

通过问题冲突解决法解决客户心中的疑虑