

课程名称：《资产配置背景下的复杂产品营销能力提升》

主讲：史慧 6-12 课时

课程背景：

从客户整体资产和生命周期需求出发，提供资产配置流程下的基金、保险、黄金等复杂产品的组合销售技巧，通过资产配置动态再平衡和财富检视实现客户的持续邀约和循环销售，本课程针对资管新规后时代财富管理行业面临的转型入手，让理财经理掌握资产配置的原理和销售流程，能够独立的为中高端客户提供和讲解个性化的资产配置理财规划服务，能够通过资产配置进行全方位的保障规划、投资规划、融资规划，并同时掌握全盘客户的客群分类和经营方法、通过资产配置方法实现业绩、客群和资产的螺旋提升。

课程收益：

1. 掌握理财业务（财富管理）复杂型产品本质、卖点分析、营销逻辑。
2. 学习客户生命周期下的金融需求挖掘与金融工具。

3. 掌握客户资产配置原理与实施方法。
4. 学习财富管理顾问式营销的产品组合和综合服务方案。

培训对象：金融机构的客户经理/理财经理/财富顾问/销售主管

授课方式：互动式培训(案例分析/分组讨论/角色扮演)

课程大纲/要点：

一、 行业现状分析、挑战与机遇、我们如何做？

二、 客户需求导向的营销技法——资产配置

1. 如何建立客户对市场和产品的信心
2. 树立客户长期理财观念
3. 资产配置重要性及主要内容
4. 利用人生曲线图进行需求挖掘
5. 生命周期理论及其与客户需求的关系
6. 不同群类客户的资产配置策略
7. 获得客户信赖的秘诀

8. 优质客户开发与维护

三、 公募基金产品专业提升

1. 为什么——基金是普通投资者最适合的投资工具

2. 是什么——基金的分类

3. 怎么买

1) 基于风险承受力的大类资产投资比例测定

2) 挑选优质基金的几大维度

3) 挑选基金经理的几大维度

4) 通过基金组合，完成客户的资产配置方案

4. 怎么卖

1) 如何通过资产配置再平衡实现“低买高卖”

2) 客户投资的基金出现亏损，应该怎么办

5. 基金定投

1) 为什么要做基金定投

2) 选择什么类型的基金做定投

3) 如何量化客户投资目标，确定合适的定投金额

4) 通过“基金+保险”，实现教育金/养老金的储备

- 5) 定投的投后管理怎么做
6. 基金营销工具介绍
 - 1) 收益率与回报率测算工具
 - 2) 基金业绩追踪管理工具
7. 小组练习——基金组合推介方案设计与展示

四、 银保产品专业提升

1. 为什么要配置保障性资产
2. 从人生的“16字箴言”，分析保障需求
3. 基础风险分类与需求量化
 - 1) 人身安全风险——医疗、重疾、意外保险的保额测算
 - 2) 财产安全风险
4. 现金流风险分类与需求量化
 - 1) 养老金
 - 2) 子女教育金
 - 3) 长期现金流储备
5. 高端风险分类与需求量化
 - 1) 终身寿险规划

- 2) 大额年金在资产保全与传承中的应用
 6. 保单结构设计落地——不同保单结构设计的不同功效
 - 1) 投保人
 - 2) 被保险人
 - 3) 受益人
- 案例讨论与话术练习

五、 资产配置与产品营销实战与演练

1. 寒暄、破冰——基本面谈技巧
2. 进入主题——客户的需求提问力
3. 挖掘 KYC——客户需求挖掘工具及结构化问题设计
4. 说明我们的做法——资产配置图谱
5. 资产配置——短中长资金比例
6. 产品配置与说明——财富金字塔、FABE
7. 促成交易——促成并协助客户决策
8. 总结、结束面谈——结束、约定
 - 1) 资产配置面谈工具解析

六、 角色扮演与点评指导