



《开练--复杂产品营销能力通关训练营》

实战模拟 课程简介

A+支行长

课程背景：

近几年来，随着资管新规的落地以及监管机构的规划政策下，金融投资市场发生了重大的变化；保本理财也全面转变为净值化理财替代，而 P2P 更是从众人追捧到尘埃落地，彻底退出了投资的舞台，金融市场也变的越来越规范化，也更加专业化，对于投资者而言，投资难度也变的更加复杂，更加需要依赖理财经理的专业性；从银行角度来看，以往存贷利润空间越来越低，低利率水平倒逼银行寻找新的盈利出路，中收致胜也成为了银行业的共同认知，所以复杂产品的营销能力成为了银行竞争中之重，要想提高客户粘性和盈利能力，复杂产品营销能力成为了当下核心能力。

课程收益：

- 了解财富管理行业的发展现状及未来趋势，结合当前市场做好自身定位
- 了解资产配置真正的意义及各大类资产的情况，掌握核心资产配置方法与不同资产配置的模型
- 学习资产配置的目标客群的特征及面访要点，运用面访关键步骤了解客户投资需求，从而制作适合客户的资产配置方案及呈现
- 熟练掌握基金种类及基金的筛选方法，能够使用相应的工具判断基金的优劣，学会应对客

户投资过程中的常见问题，并根据不同情景做好客户的售后维护

- 从客户角度了解保险真正的意义，通过七种不同保险类型的作用掌握如何与客户营销的切入点，从客户需求角度出发做营销；同时掌握常见客户异议处理的方式

课程亮点：

提炼打法，基于两类复杂产品总结一套营销体系：基金+保险

重实战，备工具，强话术，学完即用：

“四大资金池”资产配置模型

资产配置全流程解析

四种常见资配组合应用

不同客群特征及经营策略

基金筛选分析软件实操

基金异议处理及话术

保险五大异议处理话术

电话邀约话术及异议处理

知行合一，风趣幽默，课程返聘高

课程时间：2天1晚 共计15小时/天

课程对象：理财经理（建议人数不超过40人，分5组）

课程形式：讲授+案例分析+团队互动+通关演练

第一天白天 课程大纲

开场互动：当前营销困境下到底发生了什么变化？

第一讲：财富管理“刚需”—资产配置

一. 中国财富管理行业的历史变迁

二. 以客户的角度审视目前的营销方向

1. 中国居民客户的资产布局与分析
2. 中美居民投资的差异
3. 高净值人士的分布与投资需求

三. 未来营销端的变化与方向

1. 市场营销风格的转变
2. 现象分析：实体门店与电商的营销逻辑
3. 理财经理的角色定位

第二讲：资产配置的CPU—配置

一、资产配置的核心

二、资产配置的组合解析

1. 永久组合
2. 股债平衡组合
3. 全天候资产组合
4. 斯文森资产组合
5. 国内资产配置大类

三、客户资产配置的策略

1. 固收类产品配置逻辑与产品营销策略
2. 权益类产品配置逻辑与崛起三大因素
3. 保障类产品营销与配置逻辑
4. 客户生命周期下的资产配置解析
5. 客户+1 视角下的资产配置原则

第三讲：资产配置的“秘笈”——营销技巧

一、资产配置的配置目标

二、资产配置的客户分析

1. 资产配置营销流程
2. 客户经营地图（宝藏客户、专情客户、冰山客户、养成客户、质检客户、提档客户、盲盒客户）
3. 电话邀约技巧及话术撰写逻辑
4. 每日必打电话核心话术
5. 案例：年轻客户到期产品邀约电话
6. 电话异议处理技巧

三、资产配置面谈技巧

资产配置的面谈流程地图

资产检视

手机财富体检

资产检视报告

需求共识（投资目的、资金规划、投资经验）

➤ **【小组通关1】**：分组进行资配面谈话术演练

方案出具

简易版资配单页

资产配置建议书

动态平衡

第一天晚间 课程大纲

第四讲：配置中的“压舱石”——保险

一、为什么要购买保险？

1. 新时代下的压力与三座大山
2. 老龄化发展趋势下我们该如何选择？
3. 保险的意义

二、人生的七张保单

1. 意外险
2. 医疗险
3. 重疾险
4. 子女重疾险
5. 子女教育金
6. 养老金
7. 寿险

三、保险营销及异议处理

1. 营销工具——人生草帽图

2. 时间太长，万一要用拿不来怎么办
3. 前几年没收益，一点都不划算
4. 时间这么长，翻倍也不划算
5. 现在钱不多，等等再说

➤ **【小组通关 2】**：草帽图话术通关演练

第二天课程大纲

第四讲：配置中的“战斗机”——基金

课堂互动：回顾 2023 年的市场，你的关键词是什么？

一、2023 年权益市场解析

1. 2023 年各大类资产收益情况
2. 2023 年 A 股市场整体表现及影响因素
3. 今年 A 股开年行情解析
4. 宏观总需求下的市场分析

二、投资者教育

1. 找痛点、挖需求
 - 1) 投资收入与主动收入的“不尽人意”

- 2) 低风险产品的收益趋势
- 2. 拿什么来解决客户的问题
 - 1) 近十年各大类资产的回报情况
 - 2) 权益时代来临的三大宏观因素
 - 3) 配置上限决定投资上限
- 3. 权益类投资首选是基金
 - 1) 为什么客户买基金总是亏？
 - 2) 案例：那些年炒股的惨痛经历
 - 3) 买基金比炒股也许更适合客户
 - 4) 炒股与基金投资者的特征

三、基金的投资技巧

- 1. 基金的家族谱
 - 1) 基金总体分类及内容
 - 2) 基金重点类别的解析（**投资对象、投资目标、特殊基金等**）
- 2. 如何筛选基金
 - 1) 客户生命周期与风险评级下的基金配置
 - 2) 市场趋势下的行业选择（**估值运用、FED模型、恐贪情绪**）

3) 如何评判与分析一直基金 (全员通过软件对基金筛选实操)

【全员通关 3】：如何通过工具筛选并分析基金情况

3. 基金定投

1) 基金定投的五大优势

2) 定投一定要“聪明的投” (动态定投技巧)

3) 不同风险下的基金配置组合

4) 新老基金的对比优势

四、基金的营销技巧

基金营销流程

存量客户挖掘的核心

目标客户的画像、切入点及话术 (代发客户、金卡及财富、三方或有经验客户)

目标客户的邀约话术 (产品到期、资金闲置、基金持有、保险持有、三方存管、互联网)

面谈流程及客户需求技巧 (GAP 法则、需求三步)

基金的异议处理逻辑与话术示范

【小组通关 4】：每小组选择一个异议进行话术撰写并演练

基金十大异议处理核心及话术

五、基金的售后维护

行情维护

TIP 市场沟通法则

目前市场行情四大核心点

市场行情一页通

净值下跌的维护

净值下跌的客户分析与处理逻辑

净值下跌的三大流程

不同类型的安抚话术

产品营销的维护

按基金风险类型

按基金公司的投资风格

按营销的时间节点

情境演练方式：

1、在授课的过程中，将客户需求及营销痛点为核心，通过融入复杂产品营销流程来引发学员思考并进行通关演练，不局限于授课后集中通关，而是边学边练，通过不同形式（情景演练、抽签组合、软件实操等）学员进行相关营销演练；

2、期间会让学员结合目前经营和维护的客群特点分析，形成资产配置的思维，产出营销策略，不仅仅只是为了制式化的话术，更多是学习营销背后的逻辑，举一反三，同时总结学习经验及心得，最终解决学员的营销问题；

3、通关目的：

通过赋能理财经理的标准化销售和专业服务流程，进而促进财富管理业务从单一产品销售到资产配置组合销售的理念变革，同时，促进年轻理财经理快速成长、提升网点经营效能和管理客户能力，通过总结销售工作中的技巧和共性规律，通过形成标准化的话术、工作垫板、养成工作习惯,从而达到提高其销售技能的目的。