

课程名称：《“基”高一筹——基金投资与营销实战》

主讲：张瀚老师 6 课时

课程背景：

随着银行业的高速发展，同时为了满足客户的需要，近些年来创新产品不断投入市场，种类逐渐增多。为了能够迅速占领市场，夯实客户基础，提高客户对银行的粘性，产品销售及覆盖度成了核心的考核指标，各大银行营销类指标也逐渐增多，而基层营销人员压力逐渐增大，特别是对于复杂类产品的营销，通常是以业绩为导向，客户被动式接受购买，一旦资本市场动荡就会引发客户不满情绪甚至投诉，不但伤及客户忠诚度也打消了营销人员的信心，如何能够让客户更好的接受复杂类产品，了解资本市场的投资逻辑，正确看待投资的风险，如何让“以客户为中心”的营销模式，而不是让其变成一句空话，这也许是每个营销人员面临的一个难题！

课程收益：

1. 树立专业投顾定位，从以业绩为导向转变为以需求为导向；

2. 了解筛选基金技巧，提高理财经理专业能力及帮客户合理配置；
3. 运用基金营销流程，解决客户基金营销的难题，提高营销成功率；
4. 掌握售后维护方法，提升客户的忠诚度，同时能产生客户裂变；

课程对象：理财经理

课程方式：讲授+案例分析+小组互动+场景演练

课程大纲：

开场引导：回顾 **2023** 年的市场，你的关键词是什么？

- 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

第一讲 投资者的教育

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

第二讲：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）

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

第三讲：基金的营销技巧

1. 基金营销流程

1) 存量客户挖掘的核心

2) 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）

2. 电话邀约技巧

1) 电话邀约的PBC

2) 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）

3) 电话邀约的异议处理

3. 面谈营销技巧

1) 面谈营销流程

2) 面谈话题及客户需求技巧（GAP法则、需求三步）

3) 基金的异议处理逻辑与话术示范

➤ 小组演练：每小组选择一个异议进行话术撰写并演练

4) 基金十大异议处理核心及话术

第四讲：基金的售后维护

1. 行情维护

1) TIP 市场沟通法则

2) 目前市场行情四大核心点

3) 市场行情一页通

4) 不同类型客户维护话术（持仓较轻客户、持仓重且浮盈较高、持仓重且追高被套）

2. 净值下跌的维护

1) 净值下跌的客户分析与处理逻辑

2) 净值下跌的三大流程

3) 不同类型的安抚话术

3. 产品营销的维护

1) 按基金风险类型

2) 按基金公司的投资风格

3) 按营销的时间节点