

《高净值客户生活圈和营销心理》

课程纲要：

（一）高净值客户感兴趣的非金融服务

- 1、健康医疗
- 2、家族财富传承
- 3、高端旅游
- 4、户外活动
- 5、品味生活
- 6、体育赛事

思考：如何利用此类话题与客户深度交流？

（二）高净值客户对健康养生的深度需求

- 1、固定国内私人医疗团队
- 2、国际医院就医通道
- 3、健康食品
- 4、健康俱乐部/健身房
- 5、知名专家养生讲座
- 6、正规安全的保养品
- 7、前沿医学养生技术

思考：我们的既有资源有哪些？

（三）高净值客户的健康困扰与话题切入点

- 1、失眠
- 2、头痛
- 3、易疲倦
- 4、记忆力下降
- 5、肩颈/背痛
- 6、免疫力变差
- 7、长期咳嗽
- 8、脱发
- 9、食欲不振
- 10、经常感冒
- 11、肢体麻木

思考：如何利用此类话题与客户深度交流？做沙龙邀约

（四）高净值客户的艺术品偏爱与切入点

- 1、珠宝玉石
- 2、字画
- 3、当代艺术品
- 4、古玩

思考：用什么工具切入艺术品话题？并引导客户出席沙龙活动

(五) 高净值客户对艺术品投资期望的服务

- 1、专业鉴定
- 2、专家交流
- 3、艺术品保险
- 4、艺术品推荐会

思考：沙龙邀约的抓手！

(六) 与高净值客户社交技巧

- 1、被客户压场
打折、让步、底牌尽现
对策 → 秉持一起泡汤坦诚相见不卑不亢的感觉
- 2、无欲无求：客户什么都不要
无需求、保持关系、混个脸熟
→ 观察学习商业模式
- 3、过分要求：客户给碰软钉子
认真分析
→ 实问实答、虚问虚答
- 4、客户藐视：看轻你，无非就是个销售
推销产品
→ 提供重要信息：其他富人怎么做

(七)、顶级富人交流话题

- 1、信息不对称-内幕消息（有钱能使鬼推磨）
- 2、财务结构-节税漏洞（天不怕地不怕，就怕..）
- 3、野蛮资本-资本密集（打垮对手或买下对手）
- 4、关系网络-权力特许（你大爷还是你大爷）
- 5、以钱造人-为子女铺路（成龙成凤必有快捷方式）

(八)、在社交场合中取得发言权

- 1、教师：孩子迷 ipad,家长叫我们老师管，哪管得上
- 2、银行：叫小孩以后不要做银行，忙到飞起来
- 3、投顾：心脏不强不要做银行，天天暴跌又暴涨
- 4、保险：都说保险是骗子，我这辈子光明正大，只骗过我太太
- 5、微信：一堆社交软件，改习惯真的很难
- 6、公式：自我嘲讽（社会负面印象）+ 我一个小人物承受不起

(九)、贷款客户购买心理与行为分析

(1) 客户的购买心理与行为分析

客户感兴趣的金融服务

- ① 稀缺
- ② 独卖
- ③ 高起点
- ④ 高知名度

⑤ 市场较少人关注

⑥ 家族财富传承

⑦ 移民/出国金融

(二) 高端客户的购买动机

(三) 如何挖掘高端客户的需求

(四) 如何在关键时刻推荐产品