

主题一<高净值客户的专业经营与开拓>

房继良老师版权课程

(课程内容接地气，通过房老师风趣幽默的解说，为学员快速取得实战步骤)

一、战略型高客开发：高净值客户批量开发案例

- a) 土豪之旅-塞班岛案例
- b) MGM-工行私行签约案例
- c) 社群经营
- d) 俱乐部-女企业家俱乐部
- e) 商会-广州白马兄弟会案例
- f) 讨论：我行贵宾十大优势

二、战斗型高客开发：理财顾问独立开发客源

a) 对外陌客开发

i. 投入社群经营，结交好友，互通有无

- 1. 商会
- 2. 俱乐部
- 3. 慈善活动
- 4. 三方合作

ii. 自媒体平台经营

iii. 著名标签-发挥自身长处或资源藉以吸粉

b) 存量客户开发与内升

i. 资产内升

ii. Mgm

iii. 公私联动

c) 在线获客渠道

- i. 传统：线下-天道酬勤
- ii. 转型：在线-直播带货
- iii. 盘点客源引流微信平台
- iv. 玩转短视频节目经营专业人设
- v. 将短视频制作技能作为社交货币
- vi. 发送短视频给目标粉丝：能带货的才是好粉丝

三、高客关系建立-进程与技巧

a) h1:

- i. 首次电访
- ii. 自我介绍短视频
- iii. 私行团队短视频
- iv. 私行客户十大优势

b) h2:

- i. 二次电访
- ii. 本月精选产品短视频/微信
- iii. 家庭成员与沙龙意向 kyc
 1. “家庭理财+”--获取家庭成员与结构信息
 2. “沙龙主题意向调查”--获取以下信息
 - a) 子女教育
 - b) 医疗
 - c) 移民
 - d) 旅游

c) h3:

- i. 成交 1 个产品
- ii. 私行套餐确认表—客户回签
 1. 确认客户清楚我行优势
 2. 确认理财经理做出揽存动作
- iii. 确认客户偏好的联系方式
 1. 电话
 2. 来店见面
 3. 微信
 4. 短信
- iv. 投资偏好与服务要求 kyc
 1. 风险偏好
 2. 投资经验
 3. 他行优劣
 4. 判断元素
 5. 服务要求

d) h4:

- i. 成交第二种产品
- ii. 工作生活的节奏与非金融 kyc
 1. 行业
 2. 职位
 3. 淡旺季与因素
 4. 生活的时间安排

5. 生活痛点
 6. 我行是否覆盖痛点？
 7. 其他非金融服务介绍—故事营销
- e) h5:
- i. 关键因素与家族矛盾 kyc
 1. 资产代持
 2. 子女婚嫁
 3. 前后妻/异母异父子女
 4. 大额资产传承
 5. 移民前中后阶段
 6. 子女是否挥霍
 7. 股权释出/传承
 8. 企业集团资产庞大
 9. 如何分配？
 10. 如何不分配？
 - ii. 如何制作家族财富建议方案
- f) h6:
- i. 季度市场更新
 - ii. 半年资产诊断
 - iii. 宏观经济与市场预判

四、高客开发的体系化对策

甲. 访前 SOP

一、客户定位

1. 富豪阶层定位
2. 高端客户类型定位
3. 有效对应类型定位
4. 高端客户弱点定位
5. 分群管理-对应产品
6. 分群管理-对应活动
7. 分群管理-对应邀约诱因与话术
8. 维护记录与报表管理
9. 实际操作演练

二、我方资源

1. 优雅生活必需的人脉
2. 行业致胜必须的人脉
3. 组织高端客户品牌活动
4. 异业结盟资源挹注
5. 分行资源挹注

6. 理财经理个人资源挹注
7. 基金保险等公司资源挹注

三、圈层运营

1. 经营主线定位
2. 经营团队到位
3. 经费来源
4. 既有资源
5. 全年活动
6. 会员招募与权益
7. 首次活动规划
8. 会员资源挹注
9. 会员升级办法（本行荣誉顾问）

四、本行产品：

- a. 金钟罩俱乐部

-节税保本抗通胀
- b. 青年银行家计划

-季讲座,布置任务,小组合作
- c. 慈善万里行

-深入偏远,扶助弱小,行善中国
- d. 趋势判断
- e. 推出时机
- f. 综合优势
- B. 包装造势,宣传攻势

乙. 访中 SOP：

A. 企业形象识别系统

1. 胸章
2. 领巾,领带

3. 名片,小礼物
4. 仪态
5. 表情
6. 现场礼仪
7. 电话礼仪
8. 贵宾室饮料
9. 贵宾室书报杂志
10. 贵宾权益手册
11. “金钟罩”识别系统
12. “屠龙刀”识别系统
13. 基金健诊系统
14. 保险匹配系统
15. 投资宝典

丙. 访后 SOP :

- A. 给客户超预期的惊喜
 1. 实时短信
 2. 当日微信
 3. 21:00 的问候 (老板高管级)
 4. 子女的生日
 5. 结婚纪念日,或重要的日子
- B. 同流-进入富人的话题圈 (博闻广识)
 1. 名车
 2. 名表
 3. 名牌
 4. 名医
 5. 名校
 6. 美容
 7. 美食
 8. 易经风水

- C. 生客变熟客-笑益信我
- D. 营销成功三法则
 - 1. 无微不至地照顾
 - 2. 实时信息的通知
 - 3. 穷追不舍的精神

主题二<高净值客户沟通技巧与心理需求解析>

一、与富人打交道-常见难题

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

二、富人最有兴趣的话题：商业模式

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

三、在社交场合中，如何切入话题：以退为进法

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

四、身经百战的营销高手案例

- i. 领域达人
 - 1. 吃喝玩乐
 - 2. 小孩问题
- ii. 行长养成
 - 1. 抄笔记
 - 2. 复述 n 次

五、价值挖掘-如何赋能客户确保成交 - “数字神经元”体系

甲、定义：以神经元的反应速度提供金融服务

乙、五大构件：

1. 碰触
 - a) 客户场景
 - b) 不同客群
 - c) 流量入口合作
 - d) 现况与弱点：
 - i. 主动营销多，但场景不如互联网金融贴近生活
 - ii. 客户画像不够精准，仍以产品营销为中心
 - e) 作法：
 - i. 增加电销频次，提供有温度服务
 - ii. 每周空中沙龙，提升曝光度与认同感
2. 感知
 - a) 体验经济
 - b) 产品服务包装宣传
 - c) 现况与弱点：
 - i. 转发产品信息效果不佳
 - ii. 场景化叙事能力不佳
 - d) 作法：
 - i. 拍摄短视频包装产品或服务
 - ii. 编辑客户迅速判断的文案图片
3. 赋能
 - a) 货比三家
 - b) 公屏评价
 - c) 现况与弱点：
 - i. 功能多包袱重，很少做同业比较
 - ii. 客户半信半疑，未必在本行下单
 - d) 作法：
 - i. 以微信群自问自答公开赋能客户
 - ii. 善用托以化解微信群异议
4. 决策
 - a) 专业人设
 - b) 售后服务质量
 - c) 现况与弱点：

- i. 专业无法常态性输出
- ii. 售后维系不畅-客户不好意思经常打扰理财经理
- d) 作法：
 - i. 每周翻拍专业大v短视频
 - ii. 转发基金保险渠道的市场热点看法

5. 操作

- a) 足不出户
- b) 一键解决
- c) 现况与弱点：
 - i. 客户倾向在手机完成交易
 - ii. 手机银行操作动作过多、过复杂
- d) 作法：
 - i. 手把手教学
 - ii. 来行操作

六、 高端客户营销心理学--购买心理与行为分析

- a) 1、高端客户的购买心理与行为分析
- b) 2、高端客户的购买动机
- c) 3、如何挖掘高端客户的需求
- d) 4、如何在关键时刻推荐产品

主题三<高净值人士家庭财富传承架构>

一、 家族财富包含哪些内容

- a) 流动性金融资产
 - i. 现金
 - ii. 股票
 - iii. 股权
 - iv. 债权
- b) 不动产
- c) 艺术品
- d) 家族产业 (有形与无形资产)

二、家族财富传承的目标

- a) 安全
- b) 风险隔离
- c) 保值
- d) 增值

三、家族财富传承的工具

- a) 家族信托
- b) 保险
- c) 遗嘱
- d) 基金会

四、成交关键-控制权留给业主（安全）

- a) 控制权
- b) 业主
- c) 业主掌握控制权
- d) 全国财富传承大赛总冠军的案例

五、实战案例-消除家族隐患（风险隔离）

- a) 公私不分
 - 1. 连保-公司破产波及家庭财富
 - 2. 公库通私库-违法
 - 3. 无限制为企业输血
- b) 夫妻不分
 - 1. 老公着火烧到老婆
 - 2. 夫妻离异 50%起跳
 - 3. 裸退董事长失去公司控制权
 - 4. 知名案例
- c) 继承不易
 - 1. 移民子女在国外,继承实效已过
 - 2. 父母资产,子女不知
 - 3. 继承资格,如何证明?
 - 4. 境外资产,如何对抗债权人?
 - 5. 先交遗产税等于破产
- d) 子女婚变

- e) 代持风险
- f) 移民计划
- g) crs
- h) 国家数字货币

六、成交关键-权利分配-每个人都知道他的权利

- a) 所有权：代持制度的剖析
- b) 控制权：个人、公司、债权人的角度剖析
- c) 受益权：受益权的安排与规划
- d) 信托安排

七、成交关键-意外预案-家族风控

a) 每位成员意外预案

- i. 业主
- ii. 配偶
- iii. 子女
- iv. 孙子女

b) 意外种类

- i. 婚变
- ii. 破产
- iii. 去世
- iv. 失能
- v. 抛弃继承

c) 新民法典的规定

八、家族传承方案制作

1. 保留控制权给业主
2. 家族成员摸底
 - a) 如何顾及每位成员的利益最大化
 - b) 如何说出委托人心里的分配模式
 - c) 如何站稳委托人妻妾间的中立角色
3. 给配偶与子女基本的交代（家族权利分配 1.0）
4. 意外预案的税务优化
 - a) 遗嘱
 - b) 继承
 - c) 过户

- d) 买卖
- e) 代持
- f) 基金会
- 5. 专业达人自我包装
 - a) 91 投资法 3.0
 - b) 如何与三方理财公司拉开距离
- 6. 专家团队包装
- 7. 工具比较
 - a) 流动性
 - b) 合同弹性
 - c) 收益
 - d) 费用
 - e) 案例

九、常见问题

1. 移民前的准备
2. 移民后还回中国吗？
3. 子女以后在中国或境外发展？
4. 接受洋女婿/洋媳妇吗？
5. 了解异国税法？
6. 应该买境外保单吗？
7. 需要境外公司吗？
8. 需要境外家族财富信托吗？
9. 同父异母子女各有盘算
10. 股权被部分子女贱卖