

《理财经理财富管理业务手册》

适合对象

投资顾问、理财经理、财富管理顾问、金融业人员、网点行长、支行行长、分行行长

课程时间

2天，12小时。

课程收益

1. 银行业的竞争在于利润的竞争，而银行业的利润增长点在大厅！因此，对营业大厅现场管理成功与否决定了银行业的利润好坏
2. 通过营业大厅的现场管理达到服务营销的目的，是课程设计的宗旨，也是课程的终极目的
3. 帮助管理者做好现场管理，提升服务营销的技能技巧

授课方式

1、上课方式多元化，70/30原则(70%专家理论讲解、案例剖析、管理工具使用说明，30%学员互动研讨、角色扮演、实战演练)，从各种方式中体验学习，加深印象。

2、理论讲授 + 案例剖析 + 小组互动研讨

课程大纲

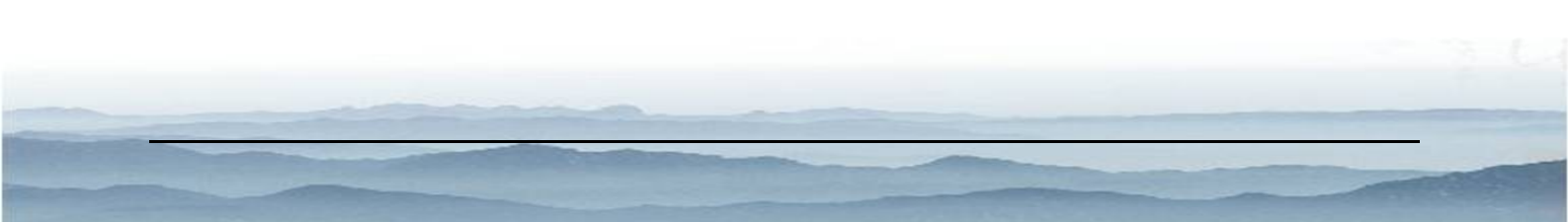
一、金融科技冲击下金融业从业人员发展趋势

分组PK与积分竞赛

1. 金融业未来面对的转型冲击
 - A. 利率市场化
 - B. 利率下行
 - C. 无人银行
 - D. 资管新规
 - E. 跨界竞争
2. 金融从业人员成长四部曲
 - A. 个贷客户经理
 - B. 零售客户经理
 - C. 对公客户经理
 - D. 私行客户经理

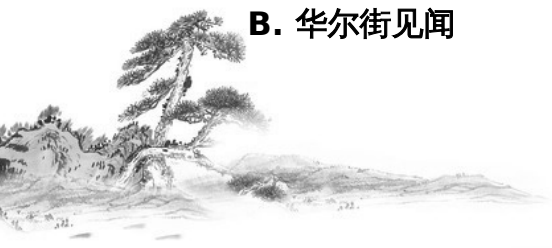
二、理财经理的角色与工作职掌



- 
-
1. 【案例：状元故事】
 2. 营销与管理成功不二法则
 3. 理财经理的核心价值链
 4. 理财经理的工作职掌
 - A. 无缝服务
 - B. 关系提升
 - C. 专业打造
 - D. 积极向上
 5. 理财经理应具备的能力
 6. 理财经理人格特质

二、理财经理应具备的知识技能

1. 理财经理必要课题
2. 理财经理应具备的产品知识
 - A. 存款/理财分析策略
 - B. 保险需求分析策略
 - C. 贵金属需求分析策略
 - D. 基金分析策略 (行内无基金产品则行外吸金)
 - E. 外汇分析策略
 - F. 私募/信托分析策略
3. 对产品知识能多方涉猎
 - A. 万德 WILD
 - B. 华尔街见闻





C. FX168

4. 理财经理应具备的客户知识
 - A. 新客源开拓
 - B. 旧客户深耕与广耕

三、客户分层分级客户需求分析与金融方案设计

1. 网点分层分级客户需求分析
 - A. 储蓄客户
 - B. 理财客户
 - C. 消费客户
 - D. 投资客户
2. 客户分群营销策略分析
 - A. 依照年龄
 - B. 依照收入营销策略分析
 - C. 依照客户来源
 - D. 依照理财习惯
 - E. 按照贡献度
3. 客户金融方案设计 一二三四法则
 - A. 现状分析 (KYC vs KYP)
 - B. 客户期望(金融与非金融需求)
 - C. 优势产品(产品过去、现在、未来梳理)
 - D. 达成共识(售后服务展开)
4. 分级营销行动方案
 - A. 外拓 (破冰关键)
 - B. 小区 (需求分析)
 - C. 批量 (宣讲技巧)
 - D. 电话 (打死不退)
 - E. 面访 (促成八法)
5. 执行与追踪管理



- A.厅堂联动
- B.阵地营销
- C.公私联动
- D.过程化（GPS 追踪大法）
- E.结果化

四、大客户精准营销/经营维护/客户分层管理

1. 客户分群方式

- A.专业人士
- B.企业主
- C.白领
- D.富裕家庭
- E.老年客户
- F.退休客户

2.客户属性分析与营销策略

- A.方便性
- B.地缘性
- C.目的性

五、客户精准营销与关系维护营销流程与实战技巧

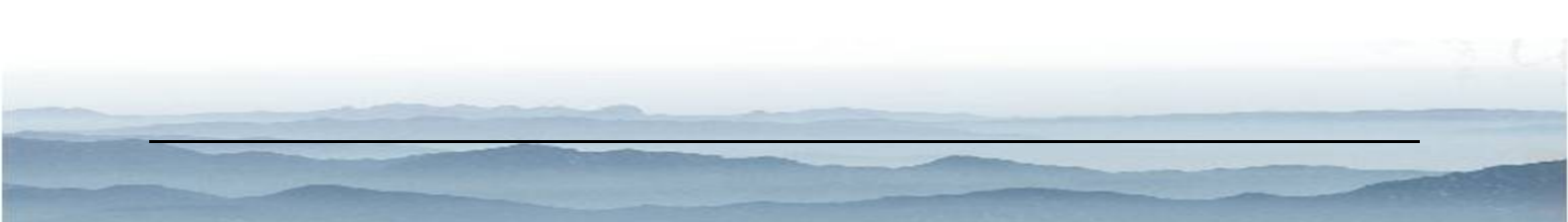
1.中高端客户维护方式

- A.如何从外在特征发现客户
- B.如何从业务类别发现客户
- C.如何从沟通中深度识别客户

2.探寻客户需求过程

- A.营销打破隔阂技术，称呼、问候、寒暄、话题切入点
- B.客户信息的采集和需求的把握
- C.展示金融产品的常用方法和应用技巧
- D.激发客户的兴趣的步骤
- E.精确掌握客户需求
- F.客户欲望的挖掘和调动





G.及时的诱导与说服

I.让客户说“是”的技巧

J.扑捉客户的决定信号

K.面对拒绝的心理调试

L.如何留住客户，保留回旋的余地，进行持续性营销的技术

六、理财经理每日工作流程建立

1. **House View** 是什么？

2. 客户经理一天的开始…

3. **House View** 的重要性

4. **House View** 如何形成？

5. **View** 怎么来的？

6. 国家政策观察重点

A. 央行

B. 外管局

C. 银保监

D. 证监会

7. 经济指标有那些

A. GDP

B. PMI

C. CPI

D. PPI

8. 客户经理最常被诟病的问题

9. 冷漠型客户最常说的话



七、建立有系统的每日销售流程与管理

1. 客户对理财经理的看法
2. 客户经理每日工作流程五步骤
 - A. 如何改善理财经理绩效不彰的情况
 - B. 实行有系统的销售流程
 - C. 将客户分成四种类别
 - D. 客户开发优先级
 - E. 日常活动更有结构
3. 客户名单的优先排序流程与客户电访目的
 - A. 每个月的电访目标
 - B. 电访是客户经理日常活动中最重要的一环
 - C. 记得在每天下班前回报
 - D. 积极参与每周汇报

八、理财经理营销活动打造

1. 运用各种管道找寻新客户的机会
2. 提升客户转介的方法
3. 举办企划活动之原则
4. 举办企划活动
5. 确认举办企划活动的主要因素
6. 追踪进度之重要性
7. 试着完成支行网点年度每月企划活动计划
8. 沙龙新商机





9. 取得客户关键信息

