

《资产配置及产品组合销售》课纲

课程背景

随着客户生活方式和消费喜欢发生巨大的变化。单一产品的销售已经越拉越难以实现。未来的趋势是将销售嵌套在问题的解决方案中。

但银行理财经理的销售习惯仍然是每次销售单一产品，即便同时销售多个产品，产品之间也是相互割裂的。产品之间没有任何呼应的关系。

资产配置和产品组合在这两大前提下就有了新时代的意义。它可以提升客户对于产品的依赖度和认可度。

课程目标

- 客户对于银行需求的转变
- 客户的现状

课程时长

一天

课程大纲

第一章、高端客户关系营建与公关技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

（一）客户关系的4个阶段：认识→好感→信赖→同盟

- ✓ 了解富豪圈层及如何介入圈层
- ✓ 读懂社交语言

	<ul style="list-style-type: none">✓ 有哪些社交活动聚集客户✓ 如何开发大客户 <p>(二)、高端客户公关的关键 3 点</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 找对人✓ 说对话✓ 做对事 <p>(三)、高端生活品味的共同话题 (此模块中红色部分如行内已培训可删除)</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 综合类 (包、饰品、衣服、香水、化妆用品)✓ 关于 LV 的三个传说✓ HERMES 在奢侈品中的定位✓ GUCCL 的主风格✓ CHANEL 的故事✓ GIORGIO ARMNAI 在意大利的地位✓ Dior 这个单词的来历✓ 关于 FENDI✓ PRADA 的介绍
--	--

- ✓ VERSACE 的来历

二、手表类

- ✓ PATEK PHILIPPE 钟表界的天皇巨星—百达翡丽介绍
- ✓ GP 芝柏表的介绍
- ✓ PIAGET 伯爵表的介绍
- ✓ VACHERON CONSTANTIN 江诗丹顿表的介绍

(案例：一位中行的理财经理给一个女客户送生日礼物发现这

个女客户有一块新的江诗丹顿表，于是展开话题进行营销)

- ✓ JB 钟表界历史最悠久的品牌—宝珀
- ✓ ROLEX 个性的手表品牌--劳力士
- ✓ LONGINES 浪琴表的介绍

三、茶道与茶文化

- ✓ 茶道的历史
- ✓ 向现实中寻找 - 日本与台湾
- ✓ 在茶香中拉近距离

四、红酒与雪茄

- ✓ 客户的心头好

五、婚姻与传承

- ✓ 击中客户软肋——新版婚姻法解读

案例：候耀文猝死导致遗产纷争

视频：《非诚勿扰》二中李香山的心愿

信托的意义

中银国际香港私行为国内富人制定的方案赏析

第二章、资产配置激活密码（案例分析、短片观看、图片观看、示范指导、模拟演练、头脑风暴）

一、向客户灌输资产配置的重要性

案例：说服某位律师接受理财投资方案的全过程

二、我们的选择和难题

1、理财经理常见问题大解析

2、理财经理不可不知的基金大解密

(1) 5亿<股票型基金份额<100亿

(2) 落实四四三三原则

(3) 符合未来行业趋势主流

(4) 利用行业配置如何挑选基金

三、基金与资产配置

(1) 投资报酬与资产配置

(2) 完美资产配置的投资策略

(3) 交叉销售与资产配置

四、有图有真相

1、运用色彩逻辑学分析我们的客户

2、不同客户运用的方式方法不同

3、感官刺激决定购买的机率

4、资产配置 PPT 展示理财经理的能力

(1) 胸中有丘壑

(2) 产品的灵活选择与衔接

(3) 图表的运用与 EXCEL 的炫人技巧

案例分析：某信托产品向高端客户倾斜

为失婚女高管量身定制的 PPT 展示

五、客户关系维护的主要方法与途径

1、电话接触

2、邮寄慰问卡单

3、面对面接触

4、客户开发销售信函

5、举办说明会

6、电子邮件和手机短信息

7、种开发方法的结合应用

案例：最会说话的人

第三章、高端客户开放式营销技巧（案例分析、短片观看、图片

观看、示范指导、模拟演练、头脑风暴）

一、挖掘和识别高端客户

（一）、目标客户挖掘与识别

（二）、MAN 法则

二、高端客户信息收集与引导

（一）、高效收集客户需求信息的方法

（二）、高效引导客户需求的方法

（三）、客户合作心理分析

三、高端客户沟通引导策略

(一)、SPIN 引导技巧

(二)、沟通引导的目的

(三)、沟通引导实用策略

四、团队配合营销技巧

五、银行高端服务项目呈现技巧

(一)、影响产品呈现效果的三大因素

(二)、产品推介的三大法宝

(三)、组合营销技巧

✓ 养老规划服务项目呈现技巧

✓ 子女教育规划服务项目呈现技巧

✓ 规划投资服务项目呈现技巧

✓ 信托银行理财服务项目呈现技巧

✓ 保险规划服务项目呈现技巧

六、高端客户异议处理技巧

(一) 处理异议—异议是黎明前的黑暗

(二) 追根究底—清楚异议产生的根源

(三) 分辨真假—找出核心的异议

(四) 自有主张—处理异议的原则

(五) 化险为夷—处理异议的方法

(六) 寸土寸金—价格异议的处理技巧

(七)、客户核心异议处理技巧

太极行销法的示范指导、模拟练习

七、高端客户关系维护与深度开发策略

(一)、客户关系两手抓

(二)、营建客户关系技巧

(三)、持续惊动你的客户

(四)、客户维护计划制定

✓ 客户维护的内容和策略

✓ 客户沟通方式的偏好

✓ 客户经理时间分配

✓ 客户经理时间管理工具的使用

演练：制定时间计划表