



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 金融理财师大客户营销实战专题 市场分析及发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《金融理财师大客户营销实战专题市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/44892.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、摘要、目录、图表

“重要的少数与琐碎的多数”——意大利经济学家维弗烈度·帕累托所提出的重要原理。

——大意是：在任何特定群体中，重要的因子通常只占少数，而不重要的因子则占多数，因此只要能控制具有重要性的少数因子即能控制全局。这个原理经过多年的演化，已变成当今管理学界所熟知的"80/20"原理，应用到零售银行大客户营销上，即：即：80%的利润是由20%的大客户创造的。

大客户收益可嘉，但大客户管理绝非易事！维护、巩固已有的大客户，防止被他人挖走；开发新的大客户，实现销售新高，增长利润……

这都是有一套学问的！本教程告诉您，如何运用一些策略和技巧来开发、管理大客户，使利润快速稳步成长。

如何在零售银行激烈竞争的市场上，开发更多能为银行带来80%利润的大客户，已经成为零售银行金融理财师日益重要并且不可避免的话题。

本书可以帮助您：

充满自信地跨入金融理财师行业，快速了解大客户顾问式营销的最新理论、方法、策略和技巧，迅速成为一名出色的金融理财师。

### 【目录】

第一单元：金融理财师为什么重视大客户

一、大客户管理（KAM）大客户营销战略

二、了解帕累托“二八”法则

（一）认识帕累托法则

- (二) 二八营销法则
- (三) 关键客户和关键人物法则
- (四) 如何运用二八法则增加客户
- (五) 资料参考：帕累托法则与英国财富分配研究报告
- 三、高净资产人士（HNWI）的全球分布

## 第二单元：大陆零售银行大客户营销战略案例

- 一、招商银行：金葵花帐户贵宾服务体系
- 二、交行“沃德财富”高端客户服务体系
- 三、中信贵宾理财 智慧创造财富
- 四、工行北京财富中心：打造“五星级名店”

## 第三单元：大客户篇：认识您的大客户

- 一、大客户期望值理论
- 二、大客户生命周期理论与客户细分
- 三、“体验经济”时代的大客户需求
- 四、大客户需求心理分析
- 五、谁是你的客户：客户理财性格解析法
- 六、【案例】由小客户带来的大客户
- 七、招行金葵花理财指数介绍
  - (一) 高收入群体对银行服务的认知
  - (二) 为高收入者理财，先走入他的家庭
  - (三) 职业特征和理财特质的关系
  - (四) 高收入群体理财类型
- 八、京沪富豪理财保守，投资不足净资产一成
- 九、资料：2005中国富豪排行榜
- 十、大陆高收入五类群体特征和社会构成的变化
- 十一、富晨理财大客户分析模型
- 十二、客户开发五级分类法
- 十三、国家税务部门对高收入群体的认定
- 十四、北京高收入“白领”收入调查

#### 第四单元：基于关系营销的大客户顾问式营销

- 一、全部感性印象是如何构成的：
- 二、影响金融师良好信誉的四大因素

#### 第五单元：客户开发篇：大客户开发之人脉经营

- 一、如何经营你的客户人脉
- 二、如何开发潜在的人脉资源
- 三、如何管理人脉资源
- 四、潜在客户的挖掘
- 五、开发大客户的有效渠道和方法
- (一) 大海捞针 - 如何搜集潜在客户名单
- (二) 从熟悉的人中发现客户——缘故市场法
- (三) 请别人推荐客户——转介绍法
- (四) 聚会、沙龙和讲座——活动营销法
- (五) 建立互联网个人主页——互连网营销法
- (六) 如何建立影响力中心——影响力中心法

#### 第六单元：如何挖掘获取大客户期望和满足需求

- 一、如何搜集分析贵宾客户信息
- 二、如何进行客户基础信息处理和信息利用
- 三、特殊事件可以帮助开发理财营销创意
- 四、与大客户沟通问题使用禁忌
- 五、预防大客户流失具体措施举例
- 六、客户业务量下降时，理财顾问的对策
- 七、交叉销售：理财顾问的核心使命

#### 第六单元：客户接触沟通篇：接近大客户的方式和技巧

- 一、接触客户的目的
- 二、接近大客户的N种方法
- 三、投石问路——Cold-call陌生电话拜访
- 四、信函沟通技巧
- 五、大客户拜访沟通技巧
- (一) 寒暄与赞美技巧

(二) 开场白几个步骤

(三) 如何做到有效积极的倾听

第七单元：有效了解需求：SPIN顾问式营销技术实战

一、什么是顾问式营销

二、顾问式营销v.s.传统的销售

三、客户为什么接受顾问式营销

四、个人理财如何运用顾问式营销

五、销售行为与购买行为的差异

六、金融产品介绍技术：“FAB”模型

七、大客户顾问式营销的十个常犯的错误和误区

八、资料：美林银行大客户开发指引手册

第八单元：如何进行大客户理财策划

一、不同年龄阶段的理财规划方法

二、如何做个人理财规书

三、CRM案例分享：汇丰银行如何定义其大客户

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44892.html>

## 三、研究方法

1、系统分析方法

2、比较分析方法

3、具体与抽象方法

4、分析与综合方法

5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。