



艾凯咨询
ICAN Consulting

商业银行理财规划师业务培训及 营销实用手册

一、调研说明

《商业银行理财规划师业务培训及营销实用手册》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/49437.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

《个人理财业务周刊》创刊以来，我们的研究工作在广大客户的关爱、监督和指导取得了显著进步。《个人理财业务周刊》的“理财师园地”栏目更是得到了银行业内人士的广泛好评。

为了更好地感谢与回馈一直以来对于我们给予支持和帮助的广大客户，我们通过深入研究商业银行理财规划师的工作实际需求，撷取“理财师园地”栏目精华文章，对创刊以来的研究成果加以系统化的编撰与整理，形成了集知识性、实用性于一体的《商业银行理财规划师业务培训及营销实用手册》。

《商业银行理财规划师业务培训及营销实用手册》内容包括六大部分：

第一篇 职业入门：理财师的资格要求和职业环境解析

随着理财需求的不断膨胀，理财规划师已经逐步成为中国热门的一个职业。一位优秀的商业银行理财规划师应该具体什么样的职业素养，成长的环境又如何？对此，本部分将从理财规划师的基本素质要求谈起，打开理财师职业成功的入门。

第一篇 理财营销：理财师业务沟通的桥梁

在我国银行业全面开放的形势下，国内银行的个人理财业务面临日益严峻的市场考验。银行理财业务直接向公众提供理财产品，是市场化程度最高的一种金融服务。因此，如何运用先进的营销理念及营销技巧，促进个人理财业务的业绩提升，是银行理财规划师目前极为关注的话题。在这一部分，我们将从先进的个人理财营销理论作为切入点，详细的为理财规划师介绍理财业务过程中的各种营销技巧。

第三篇 市场分析：如何锁定理财目标客户

国内富裕家庭客户群体比较庞大，存在大众富裕阶层、百万富翁阶层、极端富裕阶层等层次。不同阶层的客户理财需求差别巨大，目前国内任何一家金融机构都不可能为每个阶层

的客户提供个人理财服务。在这部分，银联信分析师将分层次分析理财业务的客户群，帮助银行准确定位，确定目标市场，然后了解客户需求，提供相应的理财产品和服务。

第四篇 业务实战：理财规划的制定策略

一个完善的理财规划能帮助客户管理现金流、进行精明的投资、使税收最小化并保证按客户的愿望进行投资分配。客户的金融需求越复杂，拟投资的资产越丰富，制定一个明确的理财战略就越重要。本部分我们将对理财师如何制定成功的理财规划全面解析，并列举了一些具有代表性的理财规划案例供理财师学习。

第五篇 团队建设：如何打造高效的理财师业务团队

银行理财业务面临的最大挑战是什么？银行理财师的紧缺。人才是银行理财业务竞争的关键。在这样的状况下，如何打造高效的客户经理营销团队，如何做好客户经理的管理与考核，以及了解银行同业在理财师团队的建设上有哪些好的做法和经验至关重要。本部分将为商业银行找到答案。

第六篇 它山之石：优秀理财师的经验借鉴

当前，大部分的银行理财师在工作中遇到的主要问题是从业经验不足，在理财领域的阅历不够宽广。成功的理财师都拥有怎样奋斗历程、怎样的宝贵经验？本部分将列举具有代表性的理财师的从业成功经验以供银行理财业务人员学习借鉴。

《商业银行理财规划师业务培训及营销实用手册》从商业银行理财规划师的实际工作需求出发，以实用的业务操作指导，生动的案例，将成为商业银行理财规划师迅速提高业务技能，提升工作业绩的实用信息手册。

【 目录 】

第一篇 职业入门：理财师的资格要求和职业环境解析

第一章 理财师的素质要求

一、理财师是一个怎样的职业

- (一) 理财师是怎样的一类人
- (二) 理财师如何管理委托人
- (三) 理财师如何提供服务

二、银行需要什么样的理财师

- (一) 客户经理与理财师
- (二) 外资银行重在培训
- (三) 中资银行调整客户经理

三、理财师的职业素养要求

- (一) 理财师职业道德标准的七大原则
- (二) 理财师需要具备的四大要素
- (三) 理财师应当具备的三种能力
- (四) 银行理财师的三大注意

第二章 理财师的职业认证

一、国外十大理财师认证制度讲解

- (一) CFP：注册金融策划师
- (二) ChFC：特许财务顾问
- (三) PFS：个人理财专家
- (四) CFA：特许金融分析师
- (五) RFP：注册财务策划师
- (六) CWM：特许财富管理师
- (七) CFC：注册财务顾问
- (八) RFS：注册金融理财师
- (九) RFC：注册财务顾问
- (十) CLU：特许人寿理财师

二、国内四大理财师发证机构及其培训详解

- (一) 美国财务策划标准委员会有限公司
- (二) 中国金融教育发展基金会金融理财标准委员会
- (三) 中国注册理财规划师协会
- (四) 劳动和社会保障部职业技能鉴定中心

三、银联信对三大理财师认证机构的点评

- (一) 劳动和社会保障部

(二) 中国注册理财规划师协会

(三) 中国金融教育发展基金会

第三章 理财师的职业环境

一、我国理财师的职业定位分析

(一) 理财师成为银行重点发展人才

(二) 银行理财定位决定了理财师的定位

二、国内理财师的年龄层次分析

(一) 国内大部分理财师年龄在35岁以下

(二) 国内理财师比国外年轻10岁

(三) 中外双方辩论：“年纪太轻”和“道德风险”

三、国内理财师的薪资水平分析

(一) 上海地区银行业及理财人员的薪资状况

(二) 银行业的扩张是创造银行人才就业机会的主因

(三) 经验和资质是人才薪资的竞争力

(四) 国际化人才是发展的有力保证

四、国内理财师工作情况调查研究

(一) 理财师业绩考核体系中销售业绩的比重

(二) 银行客户经理平均服务客户数量的合理水平

(三) 理财师与业务决策层之间的沟通效率是否满意

第二篇 理财营销：理财师业务沟通的桥梁

第一章 理财营销理论解析

一、商业银行零售业务的交叉销售与价值创新

(一) 交叉销售与价值创新

(二) 现阶段实施交叉销售以及价值创新的可行性

(三) 交叉销售的实施与改进

二、商业银行个人理财业务的水平营销研究

(一) 水平营销的定义及其与纵向营销的联系

(二) 实施水平营销的三大步骤

(三) 实施水平营销的科学性与可行性

三、银行零售业的关系营销与量化管理

(一) 关系营销在零售业务的应用思路

(二) 营销工作的量化管理与实现

四、体验式营销在个人理财业务中的应用

(一) 体验式营销的含义

(二) 体验式营销的优点

五、我国商业银行顾客满意度测评体系的设计与实证

(一) 顾客满意度测评模型的建立

(二) 测评指标及测评方法的选择

(三) 顾客满意度的实证分析

第二章 理财业务营销技巧

一、理财师个人形象设计技巧

(一) 统一的职业化风格

(二) 与银行整体形象协调

(三) 与个人原有风格协调

(四) 因客户不同而作微调

二、理财师的客户开拓技巧

(一) 陌生拜访

(二) 信函与电话拜访

(三) 社团开拓

(四) 资源共享

三、初次拜访客户的技巧

(一) 认真做好拜访前的准备

(二) 要巧妙运用肢体语言

(三) 要营造轻松和谐的开场氛围

(四) 交谈时应注意的问题

四、理财师与客户的沟通技巧

(一) 倾听和反馈

(二) 奇妙的空间距离和位置

(三) 电脑软件，或者纸和笔

(四) 音量和语速

(五) “敏感”的客户

(六) 正确的专业术语

五、理财谈判时的技巧

- (一) 多听少说
- (二) 巧提问题
- (三) 使用条件问句
- (四) 做好谈判前的准备

六、理财师的聆听技巧

- (一) 听话
- (二) 听意见
- (三) 听反馈

七、建立长期客户关系的技巧

- (一) 保持沟通与交流的连续性
- (二) 与客户建立学习型关系

八、培养成长型客户的技巧

- (一) 暗示客户的潜意识需求
- (二) 注重客户第一满意度
- (三) 增加业务的额外价值
- (四) 扩大客户选择的自由
- (五) 激励客户
- (六) 保持客户的长期满意度

九、语言营销的技巧

- (一) 文字语言技巧
- (二) 肢体语言技巧

十、柜面营销的技巧

- (一) 柜面营销的优点
- (二) 柜面营销的步骤
- (三) 柜面营销的方法

十一、销售中的促成技巧

- (一) 自然而然法
- (二) 回顾利益法
- (三) 第三方示范法
- (四) 次重点法
- (五) 富兰克林法
- (六) 危机意识法

(七) 前提条件法

(八) 价值成本法

(九) 哀兵策略法

十二、应对客户投诉的技巧

(一) 聆听投诉的技巧

(二) 向客户道歉的技巧

(三) 鼓励客户的技巧

(四) 解决问题的技巧

(五) 跟踪的技巧

(六) 投诉的善后处理

第三篇 市场分析：如何锁定理财目标客户

一、家庭理财业务的现状分析

(一) 我国家庭理财业务的发展现状与面临的问题

(二) 国外家庭理财发展情况

(三) 拓展家庭理财业务的对策研究

二、富裕阶层的财富特征分析

(一) 中国富裕阶层的特征

(二) 中国富裕阶层的类型

(三) 富裕阶层如何管理财富

三、富裕人士理财投资的趋向分析

(一) 富裕人士风险偏好下降

(二) 减持另类投资

(三) 市场震荡无碍嗜好型投资

四、北京、上海、广州、深圳、成都居民的理财观调查

(一) 上海工资收入占比最高

(二) 四城市储蓄比例超80%

(三) 北京人理财最激进

(四) 相信自己拒信他人

(五) 500万成幸福标准线

(六) 上海成都投资更理性

(七) 七成人没有投资理财计划

第四篇 业务实战：理财规划的制定策略

第一章 制定理财规划的要诀

一、客户理财规划的成功要素

- (一) 全面分析客户的金融状况
- (二) 全面理财规划
- (三) 模块化的理财规划
- (四) 金融规划师队伍

二、理财策划书的编制及内容构成

三、理财规划的几个常用比例

- (一) 保险“10定律”
- (二) 投资股票“不超过30只”
- (三) 股票投资比重
- (四) 增值计算“72法则”
- (五) 房贷“1/3收入法则”
- (六) 活期存款“6个月生活费”
- (七) 金融资产1:1固定资产

四、分层次为投资者推荐投资标的

- (一) 初级层次
- (二) 中级层次
- (三) 高级层次

五、理财师提供投资建议时应关注的问题

- (一) 金融投资工具的选择
- (二) 经济发展的周期性规律
- (三) 紧随行情调整计划
- (四) 地区间的生活习惯和商品价格的差异
- (五) 多品种投资工具的组合
- (六) 推荐自己熟悉的产品

六、理财师与客户的对话实录：构建投资计划

- (一) 目标分解
- (二) 工具选择
- (三) 确立方案

第二章 理财规划典型案例解析

一、蜗牛族家庭该如何理财

【委托人资料】

【理财目标】

【理财分析】

【理财建议】

【银联信点评】

二、子女教育规划理财方案

【委托人资料】

【理财目标】

【理财分析】

【理财建议】

【银联信点评】

三、准夫妇婚后小康生活提前规划

【委托人资料】

【理财目标】

【理财分析】

【理财建议】

【银联信点评】

四、初创期家庭理财，全面规划是关键

【委托人资料】

【理财目标】

【理财分析】

【理财建议】

【银联信点评】

五、临界退休家庭应及时调整理财目标

【委托人资料】

【理财目标】

【理财分析】

【理财建议】

【银联信点评】

六、“空巢”家庭理财：安全保本是根本

【委托人资料】

【理财目标】

【理财分析】

【理财建议】

【银联信点评】

七、中等收入家庭理财规划有舍才有得

【委托人资料】

【理财目标】

【理财分析】

【理财建议】

【银联信点评】

八、悠客夫妻的半退休理财规划

【委托人资料】

【理财目标】

【理财分析】

【理财建议】

【银联信点评】

九、投资转型家庭理财新规划

【委托人资料】

【理财目标】

【理财分析】

【理财建议】

【银联信点评】

十、自主创业家庭运用平衡四分法理财

【委托人资料】

【理财目标】

【理财分析】

【理财建议】

【银联信点评】

第五篇 团队建设：如何打造高效的理财师业务团队

第一章 银行理财师业务团队现状

一、银行理财师团队的现状

二、银行理财师团队存在的问题

- (一) 理财人员缺口较大
- (二) 理财师专业水平偏低
- (三) 从业经验不足
- (四) 本土化理财师缺位

第二章 理财师团队的人才选择与培养

一、理财师团队的人才选择

- (一) 内部公开选拔
- (二) 海外高素质人才的引进

二、理财客户经理的培训计划

- (一) 专业知识的培训
- (二) 客户服务的培训
- (三) 营销技巧的培训
- (四) 业务交流与总结

第三章 理财师团队的本土化塑造

一、国内理财市场迫切需要本土化的理财师

- (一) 我国理财规划与国外理财存在差异
- (二) 国外的培训与认证体系不一定适合国内理财服务体系

二、培养本土化的理财规划师的策略

- (一) 确立我国自己的系统的理财规划师认证系统
- (二) 掌握本土化的金融工具选择哲学
- (三) 在中国现行金融环境中进行创新
- (四) 结合中国文化特点进行风险与需求分析

第四章 银行理财师绩效考核体系的构建思路

一、绩效考核体系的主要内容及特点

- (一) 以经济增加值为核心的考核体系初步建立
- (二) 普遍导入内控合规类指标
- (三) 在等级行分类基础上实行相对指标考核
- (四) 考核结果作为业务授权和资源分配的核心依据
- (五) 初步引入平衡记分卡的考核理念和方法

二、绩效考核体系的实施效果与评价

- (一) 有效传导了上级行的发展战略
- (二) 引导基层行加快经营机制和增长方式的转变
- (三) 营造了良好的合规经营文化氛围
- (四) 差异化管理使考核指向更具有客观性
- (五) 员工的积极性得到一定程度的提高

三、绩效考核体系存在的主要缺陷和不足

- (一) 风险和收益平衡的理念尚未完全体现
- (二) 短期激励与长期激励的矛盾仍需统筹考虑
- (三) 绩效考核的全面性与科学性仍需提高
- (四) 考核中员工参与度仍要加强

四、绩效考核体系的改进建议

- (一) 进一步完善绩效考核机制
- (二) 建立科学全面合理的指标体系
- (三) 建立绩效考核体系的外部监管机制

第五章 同业案例分析

一、工商银行培养金融理财师队伍

- (一) 理财市场的规模扩大造成理财师紧缺
- (二) 通过对理财师的培养，工行的专业理财能力得到了提高

二、民生银行打造金融理财师精英团队

- (一) 严格的选拔
- (二) 科学的培训体系
- (三) 到位的激励机制

三、汇丰银行：完善的人力资源管理

第六篇 它山之石：优秀理财师的经验借鉴

一、香港高诚财富---吕璧慧：为超级富豪管钱

- (一) 靠交情、个性及投资能力维系客户
- (二) 在危险的地方投资其实更安全
- (三) 财富投资平均年回报率27%

二、全球理财师中的NO.1----彼得·林奇

- (一) 别具一格的投资哲学
- (二) 成为麦哲伦基金掌门

(三) 林奇的投资成功奥秘

(四) 失手于全球股市风暴

三、渤海银行北京分行---姜龙军：好知、敏学、平和、谦抑

(一) 好知

(二) 敏学

(三) 平和

(四) 谦抑

四、建行深圳市分行---胡晓燕：只有专业的水准才能打动客户

(一) 丰富的经历为日后奠定了坚实的基础

(二) 将理财作为一种社会责任

五、邮储银行安徽分行---李娟：效益优先，营销制胜

(一) 紧抓效益是关键，潜在客户要梳理，区别营销必成功

(二) 优质客户勤维护，提升忠诚度，实现销售可持续

(三) 同事之间勤交流，取长补短同进步

六、浦发银行郑州分行--薛盈盈：以心换心赢得客户信赖

(一) 理财难以复制

(二) 结缘理财三部曲

(三) 收获客户的信赖

七、民生银行财富中心---殷虎平：一半资产投资股票

(一) 一次只选3只股票

(二) 3 - 6个月持有期比较合理

(三) 银行理财师偏爱基金投资

(四) 房产投资需错开时机

(五) 结构性牛市配置B股和H股

八、光大银行上海不夜城支行----周宏斌：理财是一生的规划

(一) 把理财做“通”

(二) 理财要注重规划

图表目录

图表1：业绩考核体系中销售业绩的合理比重的调查情况

图表2：客户经理平均服务客户数量的合理水平的调查情况

图表3：理财师与业务决策层之间的沟通效率是否满意的调查情况

图表 4：垂直营销和水平营销

图表 5：我国商业银行顾客满意度测评模型

图表 6：商业银行顾客满意度指标的设计

图表 7：层次分析法对重要程度的划分情况（1-9标度法）

图表 8：影响因素的顾客满意度的主因子提取结果

图表 9：每一层面量表及总量表的Cronbach ' s 系数值

图表 10：客户的资金缺口

图表 11：家庭资产负债表

图表 12：收支损益表

图表 13：汇丰的内部培训课程

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49437.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）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。