

LIMRA 国际人才发展中心

## 业务员训练系列

### 301：理财顾问技能培训

## 课程概述

本课程为期5天，讲授为客户提供金融服务咨询的基础知识。课程剖析了整个理财规划流程，并向理财顾问们传授在高净值市场中寻找并接近潜在客户以及进行深入的实况调查面谈等关键领域的技能。业务员们学习如何准确的将产品与客户需求进行匹配并激励客户立刻采取行动。课程强调良好的后续服务、建立对关系的长期信任以及遵循各国法规和道德规范开展业务。

### 课程开始

主讲师介绍 LIMRA 并设定本课程计划的学员预期。学员自我介绍，探索课程目标，回顾在学习体验中的角色并分享他们的主要关注点。将在课前进行测试以了解学员在初期阶段的水平。

### 理财规划的必要性

学员讨论理财规划对公众的好处以及金融服务职业优势。课程将研究死亡，残疾以及财务独立性数据及其影响。最后，学员分析竞争的实质 - 争取客户的可支配资金 - 以及购买其他东西对潜在客户或客户更具吸引力的原因。

### 职业的演变

回顾行业发展的三个阶段后，学员将关注全球显著的行业趋势。在团队中，他们分析这些趋势将如何影响他们的业务，以及他们如何在变革时期为生存和繁荣做好准备。学员将了解行业是如何演变为大众需求的理财服务业务，并讨论传统业务员与理财顾问之间的差异。通过讨论产品推拉的概念，学员了解通过解决客户需求来吸引客户的优势。课程将回顾理财顾问的知识和技能组成，包括将解决方案与优秀的实况调查相连接的连接技能，以及关注客户需求和目标的技能。最后，学员将了解传统的理财规划流程以及它如何从实际规划流程中演变而来。

## 职业道德与理财顾问

作为时下的重要课题，学员将理解在与客户打交道时遵循行为准则的必要性。他们将探讨具有高度诚信，保持客观性，提高能力，公平，保密，勤奋，始终保持专业性等优点。本部分将向学员展示若干情境，在这些情境中如果按照假定的理财顾问的决定进行，有可能有损道德。情况是现实的，迫使学员分析情况，并确定如果他们是案例中的理财顾问，将如何抉择。学员逐渐意识到，几乎每一天，他们的诚信都可能受到挑战，因此做出正确的决定非常重要。

## 理财规划流程的心理学

要想有效的对接潜在客户或客户，需要进行良好的沟通并理解他们。学员会了解他们对潜在客户的第一印象的重要性，并发现他们的外表，说话的方式及他们所说的内容至关重要。本部分将探讨理财顾问和客户双方的成功气质、身体距离、目光接触以及肢体语言。本部分还将对交互分析理念进行讨论，这一社会心理学知识可以帮助我们在面谈中与潜在客户和客户进行有效沟通。

## 理财规划流程的步骤

本部分为课程的其他部分“设置场景”。本部分将详细探讨由开发市场到提供优质的客户服务等理财规划流程的九个步骤，回顾顾问式销售理念以及“连接、鼓励、质疑、确认和提供”这五大顾问式销售技巧。通过讨论“货币的时间价值”概念以及“72法则”，为学员提供适当的工作表和实际问题来验证上述理念。

## 了解你的客户、发现的价值以及理财规划流程

行业最根本的变化在于花费更多的时间和经历，从而比以往更深入的了解客户。你的解决方案设计必须与客户的需求、优先级、渴望、关注点、甚至其自身的风险承受能力完全一致。你越了解客户和他们的特定情况，你就越能提供有价值的建议，并推荐合适的理财方案。此外，客户在发现过程中参与阐述自身信息使得他们对规划流程拥有所有权，有助于对未来的推荐做出承诺。与旧的交易方法相比，这是一种更加以客户为中心的理财规划方法。

## 寻找优质客户

对理财规划流程的第一步进行拓展，学员将探讨各类市场以及如何找到有希望成为长期客户的优质潜在客户。本部分侧重于高净值市场，这一市场中的人群最适用于完整的理财规划，并将从理财顾问的服务中极大受益。利用 LIMRA 最近对高端市场的研究，学员将了解这一利润丰厚的群体的特点，以及如何根据期望进一步剖析市场。最后，向学员介绍“优质 100”工具，这一工具将帮助他们在高净值个人客户中识别自己的目标群体。

## 接近潜在客户

通过讨论理财规划流程中的两个关键步骤，学员将了解如何将一个优质目标转化为潜在客户的技能。他们将了解与潜在客户的初步接触以及安排与潜在客户会面的方法的重要性。学员将学习如何撰写信件以及如何成功地给潜在客户打电话以确保预约。本部分将给定电话对接脚本，让学员按照真实情景进行角色扮演，拨打电话来确定预约并回复异议。学员将了解讲故事的重要性，恰当的故事，尤其是学员个人的亲身经历能够激励潜在客户同意完成实况调查。

## 初步面谈- 实况调查

初次面谈是潜在客户与理财顾问之间的第一次会面，在许多方面都非常重要。在面谈前，学员将学习如何回答潜在客户通常向理财顾问提出的四个关键问题：你是谁？你知道你在做什么吗？你要对我做什么？这对我来说是什么？学员将制定并熟练掌握可信度陈述以及开场陈述，旨在说服潜在客户开始实况调查流程。

## 完成实况调查

本部分将帮助学员精通实况调查，这一能力也许是理财规划流程中区分专业理财顾问与常见的“推动型”销售人员的重要因素。学员将掌握两个实况调查方法：详细的实况调查能够深入了解客户，在需要考虑时间的情况下，可采取简略的实况调查。本部分将对详细的实况调查进行系统说明，展示样本计算，然后学员通过自己实际应用实况调查表获得亲身实践。角色扮演在开发本部分技能中尤为重要。在本部分结束时，学员将学会如何获得关于客户的关键信息，包括他们的目标、他们的现状、他们对风险的态度、以及他们认为实现目标所需要条件。掌握这些信息，就为下一步方案的准备铺平了道路。

## 识别可支配收入

本部分帮助客户逐项列出他们的所有支出以及随着时间推移所做出的选择。这也是他们反思当前优先事项并做出一些改变的机会。一旦这些支出逐项列出，理财顾问就可以根据各种来源的收入和收益来衡量支出，以确定家庭预算和可支配收入（如有的话）。可支配收入将用作客户在未来的理财规划项目和梦想上的支出和/或投资。

## 识别生命各阶段的理财机会和挑战

在整个生命过程中，我们的理财需求和挑战往往会随着各个阶段的变化而变化。孩子的需求与新婚夫妇的需求大不相同，而且与退休阶段的老年人也有很大不同。理财顾问能够根据客户当前的需求和机会为客户提供帮助。本部分将带领我们跨越所有生命阶段，让我们探索各种理财机遇和挑战。

## 量化人寿保险范围的需求

按照理财规划流程，通过这一实际的数学概念和计算将准确的得出保险范围需求。它源于发现过程中收集的信息，也是客户完全参与此练习的原因。收集信息的准确性将决定结果的有效性和最终建议。这是理财顾问专业行为背后可信度的基础。所有建议都以量化需求这一科学的和客观流程为基础。

## 量化残疾人收入保障的需求

按照理财规划流程，通过这一实际的数学概念和计算将非常准确得出所需的收入替代和收入保护金额。它源于发现过程中收集的信息，也是客户完全参与此练习的原因。收集信息的准确性将决定结果的有效性和最终建议。所有建议都基于量化需求这一科学的和客观过程，具有完全可信度。

## 量化储蓄、短期或长期目标的需求

按照理财规划流程，通过这一实际的数学概念和计算将准确的得出实现这些目标所需的投资或出资金额。它源于发现过程中收集的信息，也是客户完全参与此练习的原因。收集信息的准确性将决定结果的有效性和最终建议。所有建议都以量化需求这一科学的和客观流程为基础。

## 量化退休规划的需求

按照理财规划流程，通过这一实际的数学概念和计算将非常准确投射出客户未来的财务状况并进行相应的规划。它源于发现过程中收集的信息，也是客户完全参与此练习的原因。收集信息的准确性将决定结果的有效性和最终建议。所有建议都基于量化需求这一科学和客观过程，具有完全可信度。

## 总结客户的需求

本部分重点强调对所收集信息的验证。如果所收集的信息不完整或不准确，你的建议将毫无价值。这是理财顾问在结束客户会议之前总结客户需求并获得客户认可和同意的机会。在整个实况调查表中收集的每一条数据都应该由客户进行复查并确认。

## 分析数据和建议准备 - 解决方案设计阶段

在实况调查后，对所有信息进行复查并为客户制定计划是理财规划流程中的下一步重要任务。学员将学习一步一步的流程，将产品与客户的目标相匹配。学员将学习如何准备图表、手册和表格，以及如何为客户撰写有效的报告。本部分将为学员提供完整的理财报告样本。学员还将学习如何审查客户预算，发现购买产品以满足其需求的潜在资金来源。

## 解决方案介绍（完成销售）

本部分将传授进行有效推荐会议的知识和技巧，在该会议上应回顾客户需求及目标，提出解决方案，并激励客户采取行动。将向学员提供脚本，使学员了解说什么和什么时候说。学员将了解客户在会议期间展现出的但通常未被理财顾问察觉到的各种购买迹象。在团队合作练习中，学员将进行角色扮演，对购买迹象做出反应，并尝试在这一重要步骤中提升技能。

## 协调客户异议

作为推荐会议的总结，当理财顾问鼓励客户采取行动时，可能会遇到阻碍前进的情况。学员将学会识别各种异议以及如何处理它们。本部分将讲授处理异议的五个步骤：解释，理解，接受，解决和完成，然后在团队中进行角色扮演，以进行练习和技能培养。

## 寻求并获得引荐

学员将学习获得引荐的好处，获得优质引荐的关键，以及寻求引荐的步骤。在演示如何有效实施这些步骤后，学员将有机会在团队中进行角色扮演，以进行练习和技能培养。理财顾问的举止和专业行为将为其赢得寻求引荐的权利。他们现在需要学习如何请求，并在理财规划和咨询过程中融入引荐请求。

## 细分并服务客户

为客户提供良好的服务可以完善理财规划流程，学员将了解承诺服务的重要性。他们将学习五个“R”服务，并将在课堂上完成一份说明优质服务盈利性的工作表。本部分将讨论细分客户群的理念，学员将学习对客户进行细分。虽然所有的客户都很重要，但某些客户群需要并且应该得到比其他客户群更高级别的服务。学员将对客户群的每一层级建立服务“承诺”，确认服务级别。最后，学员将讨论例行年度客户回顾服务及其对客户的重要性（例如，抵制通货膨胀对客户计划的影响）。还将讨论与当今高度监管下行业中合规问题相关的服务内容。

## 管理时间和业务目标

在本部分，学员将了解要成为成功的商务人士所必须掌握的两大要素：管理时间和业务目标。他们将学习资本投资活动与当前支出活动之间的差异，以及如何将活动和时间开支互相转换。学员将分析他们目前花费时间的方式并学习如何改进。通过团队合作练习，学员可以列出最常见的时间问题，并确定必须采取哪些措施来应对这些问题。本部分还将讨论各种时间管理原则。

## 创造自己的未来

本部分的重点是让幼儿做好准备，以全新的清晰度，决心和精力回归到他们的实践中。本部分将布置一个课后项目帮助学员在销售一线实施他们在课程中学到的知识。将对学员进行结业测试，以评估课程的学习成果。