

Financial Planning: Improving the Quality of the Clients' Lives

零售银行

客户理财规划

窦荣兴 编著



企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

最佳零售银行打造方法

零售银行 客户理财规划

窦荣兴 编著

企业管理出版社

图书在版编目(CIP)数据

零售银行客户理财规划/窦荣兴编著. —北京:企业管理出版社,
2007.4

ISBN 978 - 7 - 80197 - 729 - 8

I. 零… II. 窦… III. 商业银行—零售业务 IV. F830.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 052710 号

书 名:零售银行客户理财规划

作 者:窦荣兴

责任编辑:程秋芬 郑薇

书 号:ISBN 978 - 7 - 80197 - 729 - 8

出版发行:企业管理出版社

地 址:北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编:100044

网 址:<http://www.emph.cn>

电 话:出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱:80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷:北京智力达印刷有限公司

经 销:新华书店

规 格:233 毫米×157 毫米 16 开本 17.5 印张 220 千字

版 次:2007 年 6 月 第 1 版 2007 年 6 月 第 1 次印刷

定 价:63.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

前言

如果你认为客户理财规划只是简单地收下客户的钱替他们打理,那就错了。这里的“客户理财规划”是一个相当宽泛的概念,要求你打理好客户的一生,而不只是金钱那么简单。

在这种以客户人生为中心的理财规划框架中,我们要超越传统的交易导向思维,转而关注客户的人生转变。理财顾问在其中要扮演好伙伴、向导和教育者这三重角色,帮助客户实现人生梦想。这种理财规划框架实现了一种全新的合作关系,它要求银行从客户的角度考虑问题,帮助客户树立正确的成功观、金钱观和幸福观。它要求银行担当起教育者的角色,帮助客户诊断财务问题,从四个系统角度分析客户的财务状况。另外,在今天的老龄化社会中,这一理财规划框架还要求银行帮助客户设计有意义的退休生活(书中多次提到美国的“婴儿潮”一代,这一代人正步入退休者之列,这与世界范围内的老龄化社会趋势相一致)。

在实现这一业务导向转变的过程中,银行和顾问要做好几个方面的工作。首先要了解客户,获得有关客户的过去、现在和将来的信息,并聚焦客户的人生转变;可以采用调查问卷这种形式。其次,顾问需具备必要的技能,强化“情商”的作用,关注客户关系中与“直觉”相关的要素。最后,银行和顾问还要足够敏感,能察觉宏观经济生活中发生的趋势性变化,并将这些变化与客户理财规划联系

起来。

总之,过去那种只盯着钱看的狭隘的理财规划概念不再适用,钱固然很重要,但生活的意义远比这丰富,因此我们要采用本书中所探讨的广义的“客户理财规划”,从客户人生出发,实现金钱和生活的完美融合。从某种意义上讲,本书解决了零售银行客户理财规划的“世界观”问题,是一本具有普遍意义的发人深思的好书。

目 录

第 1 章

金融人生规划:金钱和生活的完美融合	(1)
一种新的服务选择	(2)
金融人生规划模式	(3)
以客户人生为中心	(6)
理财顾问的三种主要角色	(6)

第 2 章

从交易导向到人生转变	(10)
顾问服务收费	(11)
进入人生转变	(11)
帮助客户实现人生转变	(12)
寻找机会	(13)
理财顾问在管理客户意外人生转变中的作用	(13)
有些人生转变可以预料	(14)
人生转变的财务影响	(15)
帮助客户顺利度过人生意外	(17)
帮助客户实现人生梦想	(20)

“为了客户!”	(21)
---------------	------

第3章

新合作关系需要的必要技能	(23)
发出正确信号	(24)
扩大顾问的作用	(26)
新合作关系的基础	(27)
顾问的情商	(28)
从客户的角度考虑问题	(30)
杂务工	(33)

第4章

建立新的合作关系:业务转变神话	(34)
完全不同的会晤	(35)
你想从我这里得到什么?	(39)
运用财富管理指数管理客户	(41)

第5章

关于客户人生的问题	(47)
询问目的	(51)
理财顾问需要了解的信息	(53)
客户的过去、现在和将来	(56)
聚焦人生转变	(59)

第 6 章

人生转变调查	(63)
人生转变调查问卷	(65)
人生转变问题表	(68)
定位陈述	(71)

第 7 章

直觉型顾问	(76)
从信息到直觉	(77)
直觉型关系	(79)
重新装备自己	(79)
金融咨询行业的改头换面	(80)
市场的盲目跟风	(82)
考验顾问和客户之间的关系	(82)
与机器对垒	(83)
新的问题	(85)
顾问的新工作描述	(85)

第 8 章

增加顾问在客户眼中的价值	(87)
向明天的客户证明你的价值	(87)
客户关系的重要性	(90)
重新定义“客户”	(91)
满足客户的期待	(92)
客户的价值循环	(93)
客户价值方程	(96)

第 9 章

金钱的意义	(97)
这是你的最终答案吗?	(97)
有钱并不意味着你会有好的生活	(100)
所有罪恶的根源	(102)
富人和成功人士	(103)
接触高成就人士	(105)
生活是中心	(105)

第 10 章

财富的矛盾	(107)
关于财富的个人哲学	(109)
永远没有满足感	(111)
多富才算富	(111)
金钱与心态	(113)
金钱能买到的 VS. 买不到的	(114)

第 11 章

重新定义今天的退休生活	(117)
时代在变	(120)
理财生活	(121)
退休太早	(125)

第 12 章

工作的角色和重要性	(128)
更好的生活	(130)

阶段性退休	(133)
获取一张快乐生活的支票	(136)

第 13 章

帮助客户设计退休生活	(139)
退休生活的“肮脏小秘密”	(139)
弗洛伊德的睡椅	(143)
充满不确定性的一代	(144)
理想的一周	(146)

第 14 章

在事业转型和退休过渡时期提供指导	(149)
事业转型	(153)
减压	(154)
疾病和金钱	(155)
休息	(156)
终止无关的评论	(159)
70% 标准的终结	(159)

第 15 章

遗 产	(163)
投资自己	(164)
开明的利己主义	(165)
造福后人	(168)

第 16 章

新慈善事业	(171)
意味深长的慈善事业	(172)
道德遗嘱	(173)
人生的新地图	(174)
慈善捐赠资源	(176)

第 17 章

建立资源和专业人士推荐网	(178)
增强你作为向导的作用	(180)
组建人生规划工作团队	(181)
看看你的工作团队,就可以了解你	(182)
私人教练	(183)
在客户专题研讨会中使用外界专业人士	(183)
建立牢靠的专业人士推荐网的关键	(184)

第 18 章

开发客户的“财”商	(186)
-----------------	-------

第 19 章

财务感觉系统:了解个人财务问题	(199)
诊断 1:了解用钱历史、金钱信仰和行为模式	(200)
诊断 2:理清财务目标和人生优先次序	(201)
诊断 3:评估风险容忍度	(203)
诊断 4:评估财务生活的满意度	(207)

第 20 章

财务免疫系统:准备迎接人生的起伏 (210)

诊断 1:构建财务保护基础..... (211)

诊断 2:拓宽收入渠道..... (213)

诊断 3:掌控财务命脉..... (216)

诊断 4:增强财务技能和知识..... (218)

第 21 章

财务呼吸系统:最大限度利用现有的资金 (222)

诊断 1:组织整理财务报告和活动..... (223)

诊断 2:根据人生目标和价值观制定财务目标..... (225)

诊断 3:制定资金管理战略..... (227)

诊断 4:主动实现财务目标并赢得财务独立..... (230)

第 22 章

财务心脏系统:影响个人财富的人际关系 (234)

诊断 1:提高与钱有关的沟通技巧和人际关系互动能力..... (235)

诊断 2:评估对各代人的财务责任..... (238)

诊断 3:构建与财务专业人士之间的良好合作关系..... (241)

诊断 4:参加捐赠和慈善事业..... (245)

第 23 章

生活方式和明智行为:善用金钱 (247)

诊断 1:从事有意义的“工作” (248)

诊断 2:设法理解和获得真正的“财富” (250)

诊断 3:追求和谐、有意义的生活 (252)

诊断 4: 终身努力, 提高财务健全度	(255)
---------------------------	-------

第 24 章

继续财务教育	(257)
专题讨论会	(258)
利基市场	(260)
打开通往企业的大门	(261)
金融人生规划师的教育角色	(263)
目 标	(263)
结 语	(264)

第 1 章

金融人生规划：金钱和生活的完美融合

1953年5月，新西兰养蜂人埃德蒙·希拉里及其来自尼泊尔的向导坦京·诺盖成为首次登上珠穆朗玛峰的人。下山时，希拉里不慎滑倒，幸亏机智敏捷的坦京，他才大难不死。当时，坦京猛力将碎冰锥扎入冰壁，暂时支撑希拉里的登山绳索，时间虽短，却足以让希拉里重新建立支撑点。到达山脚后，他们两人即被来自世界各地的记者团团包围。当听到坦京惊险解救的故事时，记者们个个惊讶不已，并称他为英雄。对此，坦京只是诚恳并淡淡地说，“登山运动员之间总是互相帮助的。毕竟，我们是绑在一起的。”

我们每一个人已经选择了在自己的一生中将要攀登的“珠穆朗玛峰”。并且，许多人已经发现，如果没有向导，攀登旅程会危险重重。由于旅程的重要性，今天的客户对所选的向导的技术水平更具鉴别力。另外，好向导的定义也在不断变化。因为“攀登”的客户和理财顾问的命运实际上是紧紧地系在一起的，所以顾问们需要更加注意这一定义的变化。

在《聚焦金融服务革命》一书中，注册理财规划师刘易斯·J·沃克曾宣称未来的趋势将从产品到过程的重大转变。但是这句

话的真正含义是什么？对此，沃克进一步解释说，理财咨询业的未来将被设定为“旨在实现人生目标的整体过程”。持有同样观点的还有《注册代表》杂志的记者特雷西·赫尔曼，他将当代理财顾问比喻为“足智多谋的人生规划看门人”。

美国全国财务教育基金会已经注意到理财顾问日益关注更加个性化、更具有整体性的服务，于是该机构邀请了几位这一领域的“先锋”就人生规划的概念展开研究。“先锋”们于2000年11月聚集在一起，对这一话题发表了个人看法。一位与会者认为，对于客户而言，人生规划运动将最终归结为一个问题，即“人生只是数字累计，或是还有别的什么？”另一位与会者说，“我采取的方法是，首先帮助客户回想他们自己的生活，并询问客户，基于自己的价值观和目标他们打算在将来做什么。然后，根据他们的需要和目标，我们确定出相应的财务成本。”另一位与会者解释说，“我的许多客户已经对自己的退休计划和财务保障做了适当的安排。如果我们再对此提出建议，他们就会不耐烦地说，‘够了，够了’。而他们来向我寻求帮助的是其他事情，如人生理想、满足感和遗产等等。”

许多理财顾问在资产投资和管理方面可谓经验老到，技术娴熟，但是一涉及到开展诸如人生规划等抽象概念的谈话，就一头雾水，心里打颤。他们对这一概念感兴趣，并且认识到其中蕴藏的业务潜力，但是对如何将人生规划方法与实践相结合却完全不清楚。

一种新的服务选择

《投资顾问》杂志的编辑詹姆士·格林认为，“为了更好地服务于客户的总体人生需求，目前许多理财规划师想成为人生教练。”这一观点完全正确。无独有偶，在《理财规划期刊》网站发表的一项访谈中，注册理财规划师凯瑟琳·科顿表示，“现在是增加指导教练服

务项目的最佳时机,这可以使我们向客户提供更多维的服务。或许临床心理医师除外,还有谁,与客户谈论他们的最大梦想,并且帮助他们实现它呢?只有我们有这个机会,而这需要全新的技能体系。”

但是,在调查理财规划师的生涯展望时,只有少数人希望成为训练有素的人生教练。希望进行这方面专门培训的理财规划师值得表扬,但是基本上,大部分规划师没有时间或没有兴趣参加培训课程。而其他规划师已经与接受过人生教练培训的专业人士组成“搭档”关系,在形成理财规划之前,他们会将客户介绍给这些专业人士。这种方法同样值得表扬,而且,如果规划师能够识别并且与一位能力和专业水准与自己相当的人生教练合作,这种方法会更适合。

金融人生规划模式

在本书以及相关培训中,我们将提供更加实用的方法,帮助理财规划师体验理财咨询行业的革命性发展。虽然绝大部分理财规划师知道有必要采取更为整合的方法服务于客户,但是大部分人还是不愿意对非理财事宜提供建议。他们担心的是,他们将会被要求为所有的客户解决所有的问题,而这可能会超越他们的专业技能范畴。但是,采用金融人生规划方法,通过与客户对话,理财规划师就可以了解到那些与金钱有关的客户人生大事(实际上,大部分人生大事与财务相关),并且,如果表现出对客户的生活整体生活感兴趣,将会更容易与客户交谈。我们相信,理财规划师可以很容易地实施这种有效方法,甚至不需要他们在心理上有任何改变。

金融人生规划并不需要给出所有答案,它的关键在于询问正确的问题(第5章将探讨正确的问题)。简言之,金融人生规划就是将对话从资产管理扩展到那些关系客户人生各个方面的金钱问题。

就此而言,金融人生规划不是:

- 扮演精神病专家、婚姻治疗学家或职业顾问的角色。
- 指导非金融事宜。
- 建议人们如何生活。
- 提供超出理财规划师专业知识范围的建议。

金融人生规划是:

- 探究金钱能够为客户带来什么。
- 帮助客户分析他们的资产会给他们带来哪些有形利益和无形利益。
- 预测客户的人生大事以及人生转变,并为这些人生转变提供财务准备。
- 帮助客户建立有助于实现其人生目标的理财目标。
- 就退休准备和退休生活的非财务部分展开讨论。
- 建立人际关系网,认识大量值得信赖的专业人士,并将其推荐给客户。

以下 8 个原则构成了金融人生规划哲学的基本前提。

1. 人生变幻莫测。金融人生规划的目的是推动人生成功转变。

2. 每个人的人生都是由众多独特经历构成的连续统一体。人生经历极大地影响着个人的感知能力和对相应人生转变的反应。金融人生规划认为,人生某一阶段的发展和磨练的技能、价值观念、人生态度、资源和人际关系有助于在下一阶段迎接挑战,识别机会。

3. 每个人的人生历程都具有独特性。过去,大部分人生转变都按照年龄进行划分,并且能够预知会在人生的哪一阶段发生。但是,由于人类寿命不断延长、人口老龄化的新趋势、居高不下的离婚和再婚率、晚育、职场多变以及人们对终身学习和返校再造或再培训的重视等因素,人生转变并不总能按照年龄进行划分,并且它是不可预测的。金融人生规划认为,现今绝大部分人的人生轨迹不再