

销售
有道

理财师专业技能进阶丛书

新思维



理财师营销技巧与话术

销售有道编委会◎编



这是一本侧重于方法“授人以渔”的实操手册
这本书集结了数万名理财经理关注的精华文章
该书是银行行长送给理财经理最好的提升礼物
专业、技巧、正能量，让读者从优秀走向卓越



中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

销售
有道

理财师专业技能进阶丛书

新思维

理财师营销技巧与话术

销售有道编委会◎编



中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新思维：理财师营销技巧与话术 / 销售有道编委会编. —北京：
中国财富出版社，2016. 8
(理财师专业技能进阶丛书)
ISBN 978 - 7 - 5047 - 6212 - 2

I. ①新… II. ①销… III. ①金融投资 - 基本知识 IV. ①F830. 59

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 162379 号

策划编辑 宋 宇

责任编辑 齐惠民 于晨苗

责任印制 何崇杭

责任校对 杨小静

责任发行 敬 东

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 6212 - 2/F · 2627

开 本 710mm × 1000mm 1/16 版 次 2016 年 8 月第 1 版

印 张 15.5 印 次 2016 年 8 月第 1 次印刷

字 数 230 千字 定 价 68.00 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

卷首语

把“销售有道”公众号的文章菁华集结成册，记录时光更迭以及与读者的点滴……

我认真重读了每一篇文章，能够确定的是，这本书对理财经理而言，会大有裨益。

“销售有道”公众号自2014年3月推出第一篇文章以来，一直在营销增效的服务上期望有所建树。正如我们的信条：让理财销售更简单。

从前年至今，我们一同经历了：天津港事件、特别提款权（SDR）、欧洲难民危机、欧洲反恐、股票注册制、“九·三阅兵”、“习马会”、亚投行成立、中国经济新常态、银行降息、“资产荒”、E租宝金融诈骗、中国经济滑坡、“新三板”上市、颐和酒店女子遇劫事件、“中晋”金融诈骗……

不过说实话，我也许会更在乎谁的财富升值，谁又升任银行行长，谁又跳槽离职，谁又融到“天使资金”……当然，还有谁因为看了“销售有道”，感觉有些许的帮助。

对于世间众人来说，多数时间生活在普通人的圈子里，普通人的圈子的特征是认真过好每天的每一天。所以，大多数普通人都希望自己不要在负累中前行，不要在勤奋与闲散中踌躇，不要对失去恐惧，不要弄潮时心事重重。嗟叹只在过去时，请相信明天会更好！

虽然是卷首，还是有四个词与读者共勉。

坚 持

这个时代的特征是改变，改变中最难得的是坚持。蓦然回首，我们会发现，不知不觉中社会已经进入一个全新的阶段。我经常在想，如果有人像电影情节一样，十年前入睡，今朝醒来，不知是否还能融入当下的环境。

在其中，适应变革，更要有所坚持。股市跌宕中，坚守配置底线；在电子化、数字化、信息化超流量的交流中，坚持真情实感。

在充满变数的今天，选择一种对的信念，坚持下去，明天，定有收获。

健 康

这个话题要轻松地谈。

根据世界卫生组织调查发现：人类健康 15% 取决于遗传，10% 取决于社会条件，8% 取决于医疗条件，7% 取决于自然环境，60% 取决于自身生活方式。

这个要向有道作者红脸君学习，有位粉丝给我们寄来的保健品，他都让我们先吃，没事他才吃……

另外，2016 年每顿饭都要管住自己，不管是鲍鱼、龙虾还是大闸蟹，少吃大鱼大肉，少喝酒，身体更健康。

环 境

良好的工作环境，更容易让你的事业在 2016 年蒸蒸日上。勤奋只是其一，融入环境则更关键。

对领导，要充分领会意图，就像小品《配角》里所说的：

领导：我还没“开枪”呐，你怎么就倒下了？

员工：哎呦，这不才显得您枪法准嘛！

对同事，没事就把表扬放在嘴边， “我看你骨骼惊奇，是万中无——”
没事不要站在人家的对立面想问题，挑战别人不是理财经理的思维方式。就算人家做错了，也要深怀同情心：上来就道歉，“我们来晚了！”这样，你的朋友就会多起来。那种电视剧里活不过两集的人，指定干不了理财经理。

家人

或者这些年你做过很多公益，并不代表你无愧于自己的家人。若要鸿运当头，背后一定不能缺少你的家人。理财经理辛苦总是挂在嘴边，但辛苦背后还有家人的陪伴。想想多少个日子没有跟老人好好地聊聊天，没有下班接过孩子，或是为爱人准备过一顿丰盛的晚餐了。

给自己一个计划，无论是帮助老人出一本回忆书，还是制订几次年度的家庭远行，让生活的美好点缀在我们忙碌的日子中。

《新思维：理财师营销技巧与话术》这本书是一个理财经理的工具，但希望本书的内容是有温度的、有情怀的。本书由“销售有道”公众号的菁华文章集结而成。由于公众号的成功，所以才有了销售有道若干个班级讨论群，所以我们充满正向的能量，所以我们想的更多的是付出而非索取。我们更希望在理财增效的背后，蕴藏着对客户的责任、家庭的情感以及更加关注与理财经理们共同前行。

财富管理会加速变革，理财经理这个职业天生就是光环烁烁，鸿运当头。期望此书的读者中，会有更多的牛人理财经理。

相信梦想，但更相信努力的力量。所有成功的背后一定是辛苦堆积的努力，是坚持的累积。

陪伴在你的左右，见证你的成功。待到山花烂漫时，你在丛中笑。到

那时，俺们坐在你通向成功的大路边为你鼓掌！

感谢所有读者！本书文章特约作者多数来自银行、券商、基金、信托、金融培训、财经媒体，平均从业年限十年。在此，特约作者：付昊涵、周鹏、对门老李、一班长、君不见、兜兜转、太阳花、红脸君、道哥、赵律向读者致敬。书中一定会有疏漏、错误之处，请海涵。

销售有道编委会

上篇 技巧篇

第一章 有效沟通——客户交流技巧	3
一、月薪三千的理财经理和月薪三万的理财经理差别在哪儿	3
二、实用话术：赞美客户的十大金句	5
三、在营销中如何切中客户的“痛点”	7
四、重要语言不是简单重复三遍就行	9
五、理财销售如何让语言更有说服力	11
六、销售人员与客户交流时的五个注意事项	12
第二章 语言力量——沟通技巧进阶	16
一、客户执意要离开，我们怎么办	16
二、优秀的沟通会让对方感觉很舒适	17
三、公众演讲在金融营销工作中的应用	19
四、股市长期调整过程中，与不同情况客户的沟通	22
五、销售者要适时推动客户做决定	24
第三章 一语中的——营销话术实战	26
一、当客户说互联网理财收益比你们高时应该怎么办	26
二、股市下跌时对客户安抚的建议	27
三、股市反弹时，和客户聊点什么	29
四、股市反弹后客户基金亏损减小，是“走”还是“留”	31
五、两会年年开，如何回答“两会后股市行情会怎样”的问题 ...	32



六、如何应对：这份保险太贵了，以后再说吧	35
七、新手基金经理如何给客户推介金融产品	36
第四章 思则有备——营销之前准备	39
一、理财室如何布置更利于理财经理与客户聊理财	39
二、理财经理新手的进阶“秘籍”	41
三、开发新客户的难点及解决建议	43
四、销售新人如何赢得客户信任	45
五、理财经理需要向基金经理了解的问题	46
第五章 专业服务——销售诊断技巧	48
一、基金诊断请换个角度	48
二、基金健诊，“摸过客户脚才能卖对鞋”	49
第六章 旺季营销——节日销售实战	52
一、理财经理给客户拜年短信的建议	52
二、母亲节营销，不仅要有创意还要有心意	54
三、“5·20”是哪些理财产品的销售机会	56
四、儿童节的推荐产品及活动建议	58
五、中秋节给客户送点什么	59
第七章 行销要素——营销策划增效	63
一、客户活动的组织与策划概览	63
二、如何组织一场好评如潮的客户投资交流会	65
三、“赠品”在理财销售中的效用	68
四、微信朋友圈营销如何更有效	69
五、为何对有些销售者来说，到处都是营销机会	71
六、怎样才能让客户给你推荐其他客户	73
第八章 以点带面——决战产品营销	75
一、大额存单的销售	75
二、十类主题型基金的一句话营销卖点	76

三、债券型基金如何销售	78
四、港股基金如何销售	79
五、定增产品营销问答与技巧	81
六、2016 年黄金期货在上升途中回撤，是入场的好时机	83
第九章 逻辑思维——高度决定视野	86
一、牛市卖基金，绝不只是卖基金	86
二、针对财富机构零售业务的建议	87
三、金融产品营销如何做到“深入浅出”	89
四、理财经理要将产品优势完全呈现给客户	92
五、经营优质存量客户的五个小方法	94
六、如何在存量客户中挖潜创业绩	95
第十章 他山之石——营销参考技巧	98
一、他凭什么成为史上最伟大的销售员	98
二、春节联欢晚会折射出的销售启示	100
三、从 6 分钟卖了 5000 万零食的商家那里可以学到什么	102
四、李晨牵手范冰冰要五步，理财经理签约客户也是五步	104
五、销售者可以跟《我是歌手》节目的冠军学什么	106

中篇 定投篇

第一章 微笑曲线——全面了解定投	111
一、基金定投最全汇总	111
二、再议定投的五个要素	115
三、用工匠精神去寻找定投的止盈点	116
四、定投选择基金的秘籍	119
五、定投组合选几只基金合适	123
六、基金定投常见问题解答	124
第二章 聚沙成塔——播种深耕待秋收	126



一、有时候我们需要执着地说服客户做定投	126
二、基金公司渠道经理如何说定投	127
三、“定投+定增”守住客户资产	129
第三章 营销出击——好酒也怕巷子深	131
一、如何用互联网思维营销“定投”	131
二、推广定投的金钥匙	133
三、台湾银行的定投广告	135

下篇 财闲篇

第一章 资产配置——配置才是硬道理	141
一、资产如何配置才能保证你是真正的中产阶级	141
二、买房时是否考虑过房产传承问题	144
三、作为股民，我更关注奥斯卡大奖影片中那头熊	145
四、艺术品投资及其在理财中的配置	147
五、给客户资产配置的步骤	149
六、稳赚不赔的投资有什么	151
七、2016年中产阶层必修的一堂理财课	154
八、工薪族如何打理年终奖	156
九、青年人要养成哪些受益终身的投资习惯	158
第二章 投基之道——基金投资大法	160
一、基金投资简单有效的“三”字法则	160
二、买基金亏损的十三条教训	161
三、市场暴跌中常见的基金投资误区	163
四、分级基金的九个层级，测测你在哪一层	165
第三章 满腹经纶——理财经理也是文化人	168
一、银行春节贴什么对联	168
二、古人的理财智慧	170
三、公募基金起名的学问	171

四、广告语中的学问	173
第四章 居安思危——理财我们是认真的	175
一、股民入市防骗必读	175
二、销售产品要对得起心底的道德法则	177
三、保本基金不是完全无风险	179
四、股市可以赌，但赌前要想想自己是否输得起	181
五、该相信“长期投资”还是“短线股神”	183
第五章 理财江湖——人在江湖飘小心别挨刀	187
一、“江湖人”的理财产品小广告，让十年资深策划汗颜	187
二、我是银行管基金的“老炮儿”	188
三、细数那些我们见过的“股神”	192
四、一个金融销售人员的年终总结	194
五、我的基金销售回忆录——资深理财经理十年感悟	196
六、不断突破你的想象的新三板上市公司	199
七、金融销售人员内心要霸气	201
第六章 轻松一刻——理财天天好心情	203
一、我要报警了，这还是理财经理吗	203
二、你以为你以为的就是你以为的	206
三、我的妈妈是理财经理	207
第七章 理财悦读——既是专家更是杂家	208
一、第四次造富浪潮中的客户群的特点	208
二、推荐产品是一种习惯	209
三、为何跳槽之后想到的却是原单位的好	210
四、做一个有新闻发言人风格的理财经理	211
五、理财经理的九个段位	213
附 录	216
后 记	234



第一章 有效沟通——客户交流技巧

一、月薪三千的理财经理和月薪三万的理财经理差别在哪儿

对门老李

理财经理经常会面对这样一个问题：你这里销售的基金保本吗？如何回答？如果我们以成交的概率做评判，大概是这样的。

合格的回答：

不保本，投资基金有风险，不承诺保本。

优秀的回答：

基金投资是专业的管理人投资二级市场（股市），短期市场有涨跌，因此不能承诺保本，但是长期市场向好，买入大概率是能赚钱的。



话术

您买基金不是就为了保本吧！那么多保本产品，为什么还买基金？就是为了分享国家经济增长，就是认为股市指数在 2800 点以下时会有大机会，就是对政府有信心。

我不知道您今天买了这只基金，明天情况怎么样，但是我知道过去十年，基金平均一年收益增长 20%，没有哪个理财、信托产品增速得比它快！准备投的是闲钱吗？是，就可以投资。来，我帮您测评一下风险，看看投多少合适！

在作者的概念里，“合格”的回答就是月薪三千的理财经理，而高手就是月薪三万的理财经理。当然，真正做到月薪三万，不仅仅是销售结果



的表象，还有背后多种技能知识的积淀。没有哪个高收入的理财经理，一上手就注定了高收入。只有经历了风雨实践，才见彩虹收获。

以下是作为优秀理财经理与客户沟通时必须具备的素质。

1. 建立场景

作为理财经理，需要从客户的角度出发，替客户勾画应用场景。比如推荐一款熊猫金币，如果你去介绍纯度、工艺、价格优势，给客户的感觉是什么？“说得都不错，关我什么事？”

如果理财经理在了解到该客户家里有小朋友的情况下，就可以告诉客户，这个特别适合当传家宝，一年一套给小孩存着，小孩成家时当礼物送给他。这样就定位了场景，就更容易销售。

2. 介绍通俗

理财经理可以用客户熟悉的事物来解释陌生的产品。比如，前些日子，货币基金收益高企的时候，主要贡献来自协议存款。那么，就可以用“团购存款”给投资人解释。“团购”大家都明白，人多议价能力强，“存款”安全性高，这样就能把货币基金收益解释清晰了。

3. 两手准备

理财经理推荐产品之前，需要规划好客户有哪些质疑，并为客户提供多种选择。比如，推荐信托背后，准备好大额存单；推荐股票基金背后，准备好理财产品。

4. 鲜明风格

基金经理要有自己的风格，理财经理同样也要有自己的风格。比如台湾地区各党派主席需要党内民选，历任党主席都有自己的特点。比如马英九的特点是英俊，宋楚瑜的特点是爽快，陈水扁在台湾的标签是励志，洪秀柱的特点是正直。有了这样的风格标签，才能够更好地让一部分人喜欢。

5. 销售敏感

建立销售敏感性是增加营销机会的重要窗口。有句广告语叫作“新闻每天发生，视角各有不同”，这运用在营销上面最恰当不过。比如在降息周期，央行一旦降息，可以推荐的产品包括基金、黄金、理财、债券、大额存单等。

6. 诚心待人

技巧是手段，诚心是根本。理财经理需要从客户的角度出发，推荐自己真正认同的产品。符合客户利益是理财经理工作的起点。理财经理自己不认同的产品还执意给客户推荐，最后不可能成长为卓越的理财经理。作者特别认同那句话：“以利相交，利尽则散；以势相交，势败则倾；以权相交，权失则弃；以情相交，情断则伤；唯以心相交，方能成其久远。”

二、实用话术：赞美客户的十大金句

对门老李

赞美的效果是有很大差异的，低层次的赞美让人感觉无所触动，而高层次的赞美是一种“润物细无声”的感觉。有这样一个小故事：

古时候有一京城官吏去外上任，按照传统向恩师辞行。恩师语重心长地提示：“出外做官不比京城，徒儿需小心行事，切勿处不好关系，无端生出许多事端。”官吏回答道：“恩师，勿挂，学生准备了一百顶高帽子，逢人就送上一顶，盛赞之下应该不会有麻烦。”恩师平日最忌讳这些官场之事，闻此言非常生气：“为师反复告诫你，要为人正直，不能蝇营狗苟，随波逐流，你怎么想做如此之事！”官吏说：“恩师息怒，徒儿也是不得已而为之，天底下像恩师这样正直清白，不喜欢戴高帽的能有几人？”恩师一听，说：“你说的