



销售💡  
基金定投  
好简单

让客户理智开户做定投

如何  
**三分钟**



沈绍炜 李厚豪◎著



清华大学出版社



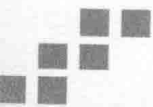
# 销售 基金定投好简单

沈绍炜 李厚豪◎著

清华大学出版社  
北京

如何  
**三分钟**

让客户理智开户做定投



本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。  
版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

### 图书在版编目(CIP)数据

销售基金定投好简单:如何三分钟让客户理智开户做定投/沈绍炜,李厚豪著.  
—北京:清华大学出版社,2017

ISBN 978-7-302-48521-6

I. ①销… II. ①沈… ②李… III. ①基金—销售—基本知识 IV. ①F830.91

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第240825号

责任编辑:张立红

封面设计:邱晓俐

版式设计:方加青

责任校对:梁婷婷

责任印制:王静怡

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质量反馈:010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印装者:三河市金元印装有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:148mm×210mm 印 张:6.75 字 数:150千字

版 次:2017年12月第1版 印 次:2017年12月第1次印刷

定 价:32.00元

---

产品编号:074616-01

## 序 一

本人从事银行零售条线培训多年，见证了中国银行业近些年的剧烈变革，毫不夸张地说，基金类金融产品的营销从过去的可选项基本变成了如今的必选项！存款、保险、国债等常见理财产品的收益难以抵消物价上涨导致的货币贬值，如果我们还以常规理财产品为客户进行资产配置，那么客户资金的购买力就会下降。现在很多客户主动要求配置权益类资产，因此我们银行营销人员如果不能与时俱进地进行基金定投营销，那么将来就无法得到客户的满意。

基金定投的复杂程度远远超过银行其他理财产品，这样一来对银行人员的营销工作也就增加了一定的难度。如何能够将复杂的基金定投用直观与简单的语言表述出来，来赢得客户的青睐呢？如何能够把基金定投营销工具化与视觉化呢？如何能够给银行营销人员更多的基金定投营销话术来参考？这就是本书的写作方向。

读者阅读本书时可以结合自己的理解做成为客户展示的PPT，一边读，一边找机会给客户讲，这样就将理论与实际相结合了，并且实现了教学相长。

所谓基金定投就是三分营销，七分维护。希望各位朋友能够将

本书的核心思想与相关方法加以运用，将基金定投变成提高客户黏性的突破口，实现客户银行资产的全面提升，创造属于你的营销传奇！

李厚豪

2017年7月1日

## 序 二

“得基金定投者得基金，  
得基金业务者得零售，  
得零售业务者得银行，  
得银行者，则可得天下也！”

在金融界，尤其在银行业，一直流传着这样一句话！

的确，面对汹涌澎湃的互联网金融、微信支付、支付宝等挑战，未来银行的发展趋势必然是“机构业务投行化，银行业务零售化”，谁能抢先占领零售业务，谁就可以在未来激烈的金融竞争中立于不败之地。比如招商银行，多年来在零售业务方面深耕细作，其零售业务的创新、品牌和口碑一直引领着整个银行系统零售业务的发展，甚至连“四大行”都是其追随者！

在银行零售业务中，最难啃的骨头便是基金业务，只要能把基金业务做好，就没有做不好的零售业务；而在基金业务中，最难的又是基金定投业务，只要能把基金定投做好，把基金定投的客户培养起来，天下就没有难卖的基金了！

从来没有一项业务像基金定投一样，全国所有银行乃至外资银

行都在大力推动。年年是重点，季季都考核，甚至有一些银行，曾经为每新开一个有效基金定投户的员工，直接奖励高达50元！

可是，为什么银行这么重视定投业务，而基金定投业务就是做不上去呢？甚至连开户奖励都到50元了，还是做不上去！难道理财经理不了解基金定投吗？

你随便问一家银行的理财经理关于基金定投的问题，几乎每个理财经理都能和你头头是道地说上半个小时，什么是定投业务，什么是“微笑曲线”，定投的优势是什么……

为什么理财经理这么熟悉定投业务，可就是说服不了客户开户呢？

难道我们以前推的理念都错了吗？

可是从多年定投实践检验出来的结果都没有错呀！

每一次“微笑曲线”的投资收益都是如此完美，每一轮股市下跌，唯有定投才能降低风险，为什么理财经理就是推不动，为什么客户就是不信、就是不开户呢？

我们做了10年的定投培训，并且通过和上千位一线理财经理反复沟通和交流学习后，终于明白了：我们以前推给客户的定投理念都是错误的！

客户不开户做定投就说明，他们不认同你的定投方法；

理财经理不愿意推定投，不是定投业务不好，而是推荐方法错了！

很多优秀的理财经理和我们说：“你知道吗？在以前，我推定投，要讲‘微笑曲线’，要拿出你们基金公司做的定投小转盘来讲收益测算，给客户讲通货膨胀，讲退休养老……最少也要半个小时

客户才会开户，而且，客户还听得似懂非懂，最后仅投资几百元或上千元而已。而同样半个小时，我能卖出去100万元的基金，如果你是我，你是推几百元的定投还是卖100万元的基金？”

2016年初，我们对近10年的定投培训经验进行总结，痛定思痛，几乎推翻了以前所有推荐基金定投的理念，把推荐基金定投的方法浓缩在3分钟内。

我们的定投理念框架及灵感主要来自中国建设银行总行基金评审小组资深评委、厦门建行刘元树老师的《分散播种，集中收获》的基金投资方法和富国基金陈曙亮的《定投是客户体验》的理念。我们侥幸站在巨人的肩膀上总结出了这套方法。经过2016年全年100多场定投培训实践，现场客户定投开户率均在50%以上；1000多位一线理财经理实战营销，只需要3分钟，基本就可以让客户理智开户做定投！

更为重要的是，这些在2016年开户的客户，通过我们的定投方法，98%以上都实现了年化率超过10%的盈利，而同期，上证指数却下跌了15%左右。于是几乎100%的客户都愿意继续坚持做定投！

很多客户和理财经理后来都和我说，幸好当初听了我们的方法开户做定投，改变了他们以前的投资方法和习惯，才真正开始从资本市场中赚到了钱！

目前，包括工行、建行、中行、招行、交行、兴业银行等在内的全国多家销售基金的银行分行都在推广我们的方法。比如某大行沿海分行，2015年的基金客户数依然保持了正增长，并且是该行2015年唯一一家保持基金客户数正增长的分行，该行的总行



行长曾亲自带领全国多家省分行主管行长及个人金融团队领导，半年内连续三次来该分行学习其零售业务，这是这家分行历史上绝无仅有的！现在这家分行在全行近100个网点推广和采用我们的“3分钟定投开户法”，同时配合“微沙”（微型沙龙）的形式，每天在所有网点开展多轮沙龙来推广基金定投！

为了让更多理财经理和客户了解基金定投，尝试基金定投，现把我们的方法总结归纳下来：销售基金定投好简单，你只需要3分钟，客户就愿意开户做定投！

不要小看基金定投，很多客户就是通过基金定投改变了他们的投资理财习惯，从而打开了一扇通往财富的大门！

只需要3分钟，你不仅能帮助客户，同时也能为你自己打开一扇通往财富的大门，而这扇门的钥匙就是基金定投！

# 目 录

第1章	散户是如何被消灭的	001
第2章	关于投资体验的那些事	012
第3章	如何让客户的投资体验更好	035
第4章	基金定投是极致的客户投资体验	049
第5章	基金定投业务推广的误区	063
第6章	定投“微笑曲线”的甜蜜陷阱	079
第7章	定投的“金钩曲线”	086
第8章	6%~8%：客户投资的“黄金盈利点”	093
第9章	坚持定投6个月，年化10%不是梦	106
第10章	“3分钟定投开户”实战案例及营销话术	130
第11章	5000点基金如何解套	142
第12章	6个月定投体验之后呢	150

第13章 如何实现“永续基金定投”	156
第14章 马云的“轻定投”能否使余额宝摆脱困境	165
第15章 金融从业者如何提升时间管理和自我学习的能力	181
第16章 最优秀的金牌理财师是如何炼成的	195

# 第 1 章

## 散户是如何被消灭的

### 一、“中国大妈”的投资之道

中国资本市场的投资者结构一直以来皆是以散户为主，这便是传说中的“中国大妈”左右着中国的资本市场。“中国大妈”的力量是不容小觑的，不仅能左右中国资本市场，甚至有时候还能左右国际市场。2013年4月，国际金价暴跌，可是“中国大妈”却在10天的时间内抢购黄金近300吨，约占全球黄金年产量的10%，从而引起了“中国大妈”完胜“华尔街”的大小报道。彼时很风光，黄金价格甚至还出现了小幅上扬，可是时至今日，黄金价格快要跌进1000美元了，“中国大妈”当时的行为无异于螳臂当车——不自量力，如今已是伤痕累累，被深度套牢了。但是，我们的“中国大妈”还是很有“乐观主义精神”的，不但没有放弃购买黄金，而且还开始了一场持久战，甚至决定把黄金都留给下一代！

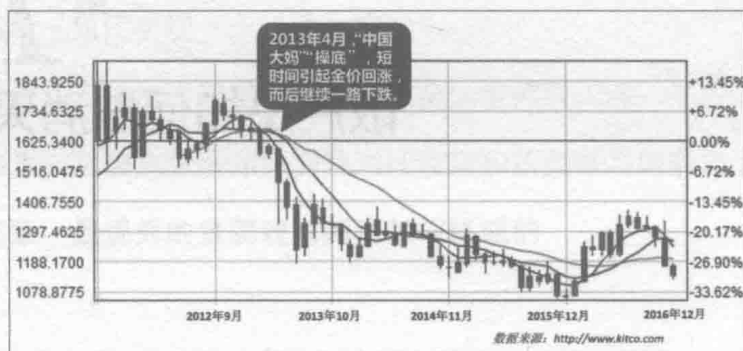


图1-1 国际黄金价格走势图

而在中国资本市场，“中国大妈”更是风生水起了，这种以散户为主的投资者结构一直以来都是监管层的“老大难”问题。改变中国资本市场的投资者结构，提升专业机构投资者的比率一直是历届监管部门工作的重中之重，可是，近年来一直未见成效。

最近，虽然市场有所回暖，但是散户投资者的比率却在不断降低，这是为什么呢？

## 二、熊市——消灭了散户投资者

2015年的5178点已经过去快两年了，而2016年初的熔断也周年了，最近两年的股市行情，对所有投资者而言，都是以前从未经历过的，甚至是惊心动魄的！

在经历过这样的行情之后，很多投资者都会心有余悸，对资本市场敬而远之，总觉得里面陷阱无数，不知道什么时候又会掉进去，还不如不关注！

我们从2016年中报来看，散户投资者的比重比2015年底又有所

下降，从2015年底的50.4%下降到47.7%，原因主要有两点：一是经过熔断，散户投资者损失惨重；二是受到市场调整，风险偏好持续降低，散户投资者进入股市的意愿不强，所以导致了散户投资者的比率持续下降。

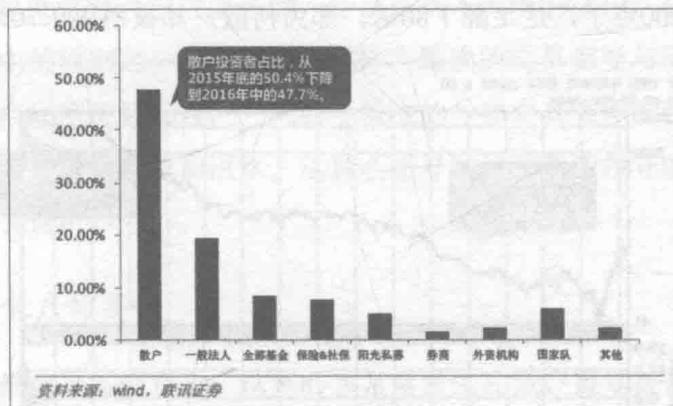


图1-2 A股投资者自由流动市值占比图

所以，很多人认为，是熊市消灭了散户！

这样分析似乎没有错，那么如果是牛市，散户比重难道就会增加？其实不尽然，让我们来看看大洋彼岸的美国吧！

### 三、美国股市翻了80倍，但为什么70%的散户却被消灭了<sup>①</sup>

略知美国股票市场的人可能都知道：1950年，美国的散户投资者持股比例曾高达94%；到1980年，这个数字还有63%；但是到了

<sup>①</sup> 黄斌汉《美股当年是这样消灭70%散户的》。

2016年，美国的散户却不到30%。

70%的散户是怎么被消灭的呢？

因为股市波动吗？不是！以道琼斯指数为例，在1950年最后一个交易日道琼斯指数仅为235.42点，而2016年的道琼斯指数已经快接近20000点了，足足翻了80倍，那为何散户却被消灭了70%呢？

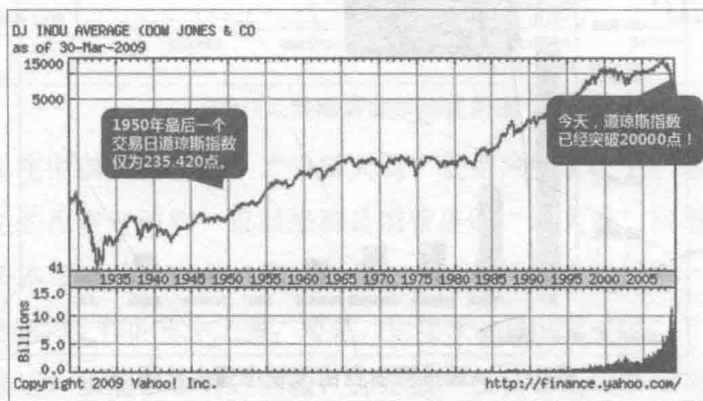


图1-3 百年道琼斯指数走势图

有人认为是因为美国的注册制，也有人认为是因为散户的弱点才导致其在这个市场上无法生存！

美国的散户为什么没能在股票市场近半个世纪持续走牛的时候继续获利，反而被市场踢出，也许对我们有一定的借鉴意义！

散户亏钱有很多原因。

### 1. 散户的贪婪

贪婪就是贪得无厌，赢得小利还要大利，赚了一倍还想赚更多。一波行情完成后，特别是在行情的后期阶段更是拼命想赚取市场最后的一份利润，散户不能够把握自己以及交易的节奏，往往得

不偿失，已获得的交易利润最终被贪婪所吞没，当清醒的时候，已经丧失再次交易的权利。

## 2. 散户的恐惧

恐惧就是对风险过度恐慌，特别是初入市场的散户，往往会违反交易中的原则之一——重势不重价，每次的交易都要与现实生活中的价格尺度进行比较，一次甚至数次的亏损将其多年的积蓄损失掉，就会变得视期货如洪水，这种心态导致出现悲观保守的情绪，从而坐失良机。

## 3. 散户的吝惜

吝惜就是吝惜资金，这种心态常常发生在散户短期被套，亏损额度逐渐放大的前提下，最终的结果是坐失及时割肉止损的良机，以至于被深深地套牢，丧失了大部分的资金。

## 4. 散户的从众性

只要有人群的地方，就会有争论，而在争论的群体中又分为三种人：先知先觉者、后知后觉者和不知不觉者。当一部分人的观点得到市场的验证时，散户就会长时间地关注并跟从这部分人，而这样又会影响到更多的人，因此，随大流成为一种普遍的社会现象。往往大部分散户都能看清方向的时候，就是行情要发生突变的时候。

不管是什么原因，散户投资股市，赚钱概率是很小的，而投资炒股亏钱那更是家常便饭了。亏钱了，这种投资体验自然是不好



的，正如中国古语所云：一朝被蛇咬，十年怕井绳！

散户的投资体验不好，那么散户自然就陆续离场！

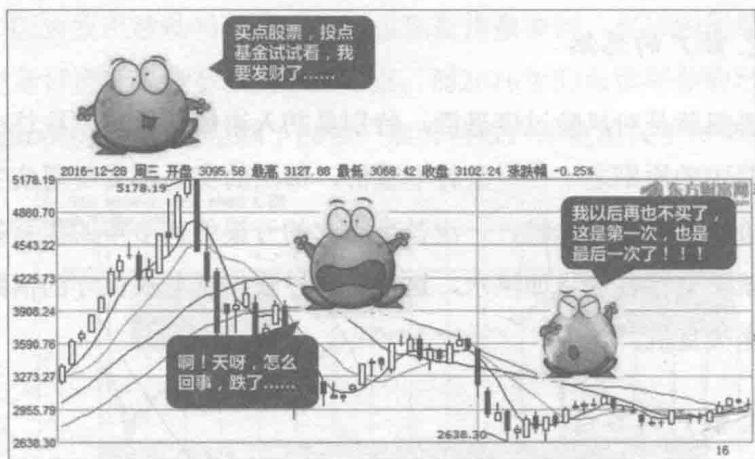


图1-4 客户投资体验图

其实，投资炒股和我们平时购买其他商品是一样的。试想一下，你去某家餐厅吃饭，吃完后上吐下泻，你将来还会去这家餐厅吃饭吗？我估计就算给你钱，你也不会去的！因为上次的体验太差了！

散户炒股也是如此，不仅很难赚到钱，而且还要经常忍受股市上下波动的折磨，自然投资体验很差。这样的股市，散户自然就慢慢敬而远之了！

那么，什么是投资体验呢？

我们如何投资，才能够有好的投资体验呢？

### 案例分析一

为什么巴菲特买中国石油赚了，而“中国大妈”却亏得一塌