

Finance

21 世纪高等学校

金融学系列教材

金融客户经理 管理实务

Management of Financial
Account Manager

◆ 杜晓颖 丁俊峰 主编

◆ 李义 梅光仪 张栋贤 副主编



 中国工信出版集团

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

Finance

21世纪高等学校

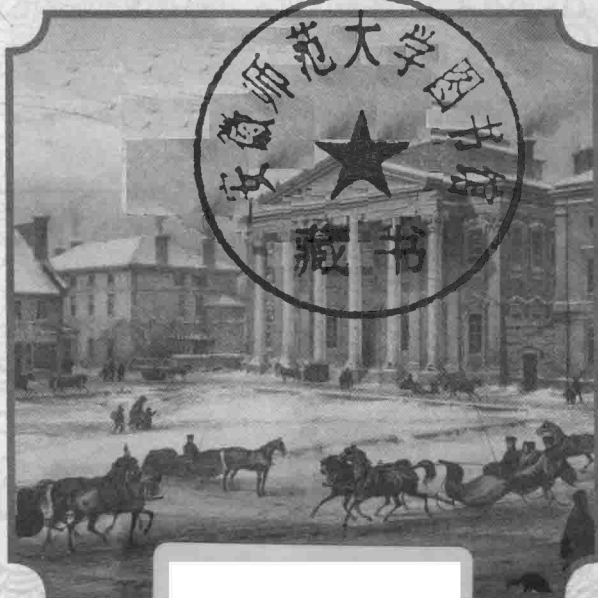
金融学系列教材

金融客户经理 管理实务

Management of Financial
Account Manager

◆ 杜晓颖 丁俊峰 主编

◆ 李义 梅光仪 张栋贤 副主编



人民邮电出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

金融客户经理管理实务 / 杜晓颖, 丁俊峰主编. —
北京: 人民邮电出版社, 2017.8
21世纪高等学校金融学系列教材
ISBN 978-7-115-44488-2

I. ①金… II. ①杜… ②丁… III. ①金融市场—市
场营销学—高等学校—教材 IV. ①F830.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第132094号

内 容 提 要

本书根据金融业客户经理的工作职能,以客户经理的营销理念与销售技巧为主线,将银行、证券、保险、投资理财、市场营销等各个领域的知识和技能融入其中。全书共七章,主要包括金融客户经理概述、市场调查与分析、客户开发流程、客户关系维护与CRM系统、市场营销策略、客户风险管理、银行产品推介等内容。

本书可作为普通高等院校、职业院校相关专业课程的教材,也可作为自学者学习用书。

-
- ◆ 主 编 杜晓颖 丁俊峰
 - 副 主 编 李 义 梅光仪 张栋贤
 - 责任编辑 许金霞
 - 责任印制 周昇亮

 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京市艺辉印刷有限公司印刷

 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 14 2017年8月第1版
字数: 366千字 2017年8月北京第1次印刷
-

定价: 39.80元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147号

前言 Preface

近些年来,中国金融业的发展突出体现在几个方面:一是金融制度的变迁,市场金融制度推进进展明显;二是金融结构的变化显著,金融机构和金融工具的多元化发展迅速;三是金融全球化,国际金融市场的活动日益频繁。上述3个方面使中国金融业走向相对繁荣的发展阶段,即使当前我国仍然实行的是金融分业经营制度,但金融机构综合业务的开展推进迅速、竞争激烈,商业银行经营的竞争也由传统的存贷款业务的竞争转向以中间业务和优质服务为主导的竞争,金融客户经理队伍即在这种形势下不断发展壮大。

传统金融机构的业务人员是在某个业务部门的专业人员,如储蓄人员专职于储蓄业务,信贷员专职于信贷管理业务,专业职能存在明确的分工。然而,如浪潮般汹涌澎湃的商业银行变革使银行的产品创新、组织架构、服务模式、运营理念均发生了翻天覆地的变化。因此,适应这种变化和要求,客户经理的推出和客户经理队伍建设即成为我国金融机构的当务之急。金融客户经理作为金融企业的复合型技术人才,具有单一知识和单一技能必然满足不了现代金融业的发展需要,他需要具备银行、证券、保险、投资理财、市场营销等各个领域的知识和技能,因此,为了适应这种市场需求,广东金融学院金融系的几位教师凭其在金融业界的工作实践经验,以及对金融企业进行的大量的调查和走访,在收集大量资料和广泛听取金融从业人员意见的基础上,本着理论和实践相结合的原则,编写了这本实用性很强的教材。希望借此能满足金融客户经理适应新情况、掌握新知识、提高新技能、谋求新发展的需要,从而为金融客户经理队伍建设和业务发展提供有力的支持。

本书基本格式安排如下。

第一,在每一章的叙述过程中,穿插安排了“资料”“案例”及“图表”等栏目;

第二,每一章的结尾部分,设计、安排了“情境模拟练习”“课堂讨论”“本章小结”及“思考题”等栏目。

本书由杜晓颖教授起草编写大纲,杜晓颖教授、丁俊峰教授任主编。其中第一章由丁俊峰撰写;第二章、第六章、第七章由杜晓颖撰写;第三章由李义撰写;第四章由张栋贤撰写;第五章由梅光仪撰写。

杜晓颖教授、丁俊峰教授负责全书的修改和统稿。

在本书的编写过程中，编者参考了国内外大量相关书籍、著作、文献，在此对这些作者表示衷心的感谢。本书的出版得到了人民邮电出版社的大力支持，在此对各位编辑人员认真负责的工作态度表示敬佩并致以深深的谢意。

由于各种条件及作者水平限制，书中不足之处在所难免，恳请广大读者批评指正。

编者

2017年2月

目 录 Contents

第一章 金融客户经理概述

第一节 金融客户经理应树立正确的职业理想 / 1

- 一、金融客户经理确定职业理想 / 1
- 二、金融客户经理规划职业生涯 / 2

第二节 金融客户经理的职业素养 / 2

- 一、金融客户经理应具备的基本素质 / 2
- 二、金融客户经理应具备的业务技巧 / 8

第三节 金融客户经理的职业定位 / 19

- 一、金融客户经理要加强自身修养 / 19
- 二、金融客户经理的自律 / 20
- 三、金融客户经理的职业定位 / 20

第四节 金融客户经理的团队精神与团队建设 / 21

- 一、客户经理的团队精神 / 21
- 二、客户经理的团队建设 / 23

情境模拟练习 / 25

课堂讨论 / 26

本章小结 / 26

思考题 / 26

第二章 市场调查与分析

第一节 市场调查研究 / 27

- 一、市场调研的内容 / 27
- 二、市场调研的步骤 / 28
- 三、市场需求的调查 / 30
- 四、市场的预测 / 31

第二节 市场环境分析 / 32

- 一、市场环境构成 / 32
- 二、宏观营销环境分析 / 33
- 三、微观营销环境分析 / 35

第三节 市场细分与目标市场 / 37

- 一、市场细分的含义 / 37
- 二、市场细分的条件 / 38
- 三、市场细分的方法 / 38
- 四、目标市场选择 / 42

第四节 市场定位 / 44

- 一、市场定位的原则 / 44
- 二、市场定位的策略 / 45
- 三、市场营销战略定位 / 50

情境模拟练习 / 52

课堂讨论 / 53

本章小结 / 53

思考题 / 54

第三章 客户开发流程

第一节 访客前的准备 / 55

- 一、收集目标客户信息 / 55
- 二、对潜在优质客户的鉴定 / 58
- 三、制订目标客户访问计划 / 60
- 四、访客前的个人注意事项 / 62

第二节 客户经理接触客户 / 64

- 一、了解客户 / 64
- 二、约见和拜访客户 / 70

第三节 与客户商谈 / 79

- 一、介绍金融产品 / 79
- 二、提出合作方案 / 81
- 三、与客户商谈的技巧 / 82

第四节 促成交易 / 87

- 一、捕捉成交时机 / 87
- 二、巧用成交策略 / 87
- 三、签订合作协议 / 89

情境模拟练习 / 90

课堂讨论 / 90

本章小结 / 91

思考题 / 91

第四章 客户关系维护与CRM系统

第一节 客户关系的维护 / 92

- 一、客户关系维护的意义 / 92
- 二、客户关系维护的形式 / 93
- 三、客户关系维护的内在要求 / 93

第二节 客户满意度及忠诚度管理 / 94

- 一、客户满意及客户满意度的衡量与实施 / 95

- 二、客户满意度与客户忠诚度的关系 / 96

- 三、培养客户忠诚度的方法 / 97

- 四、正确处理客户的投诉 / 99

第三节 维护客户关系的技能 / 103

- 一、客户经理的专业技能 / 103

- 二、维护客户关系的方法 / 105

第四节 CRM系统 / 108

- 一、CRM的概念与内涵 / 108

- 二、我国金融企业引入CRM的背景 / 108

- 三、CRM的具体运作流程 / 109

- 四、CRM系统的含义与基本功能 / 111

- 五、CRM系统实例 / 114

情境模拟练习 / 115

课堂讨论 / 116

本章小结 / 116

思考题 / 116

第五章 市场营销策略

第一节 市场营销概述 / 117

- 一、市场营销的定义及特征 / 117

- 二、金融企业市场营销的理念 / 118

- 三、金融企业市场营销的组合策略 / 119

第二节 金融产品策略 / 122

- 一、金融产品策略概述 / 123

- 二、银行产品策略 / 126

- 三、证券产品策略 / 130

- 四、保险产品策略 / 131

第三节 金融产品定价策略 / 132

- 一、银行产品定价策略 / 132

- 二、证券产品定价策略 / 136

- 三、保险产品定价策略 / 138

第四节 金融产品分销策略 / 140

- 一、银行分销渠道策略 / 140

- 二、证券分销渠道策略 / 142

- 三、保险产品分销渠道策略 / 143

第五节 金融产品促销策略 / 146

- 一、金融产品促销策略概述 / 146

- 二、金融产品人员促销 / 147

- 三、金融产品广告促销 / 148
- 四、金融产品营业推广 / 150
- 五、金融产品公共关系促销 / 150

情境模拟练习 / 151

课堂讨论 / 152

本章小结 / 152

思考题 / 153

第六章 客户风险管理

第一节 客户风险的种类和特征 / 154

- 一、客户风险的种类 / 154
- 二、客户风险的特征 / 157

第二节 客户风险的分析与识别 / 158

- 一、商业银行客户风险的分析与识别 / 158
- 二、保险公司客户风险的分析与识别 / 172

第三节 客户风险的防范与控制 / 173

- 一、商业银行客户风险的防范与控制 / 174
- 二、保险公司客户风险的防范与控制 / 179

情境模拟练习 / 182

课堂讨论 / 183

本章小结 / 183

思考题 / 183

第七章 银行产品推介

第一节 电子银行 / 185

- 一、我国电子银行业务发展现状 / 185

二、企业网上银行业务 / 187

三、个人网上银行业务 / 190

四、电话银行业务 / 192

五、手机银行业务 / 193

第二节 产业链融资 / 197

- 一、产业链的概念 / 197
- 二、产业链融资产品设计和营销 / 199

第三节 企业年金 / 202

- 一、我国企业年金制度 / 203
- 二、我国某行企业年金业务简介 / 205
- 三、年金业务营销要点 / 208

第四节 资产托管业务 / 210

- 一、资产托管的内涵 / 210
- 二、托管产生和发展的原因 / 210
- 三、资产托管：重建信任机制的制度安排 / 211
- 四、托管业务的基本要素 / 211
- 五、托管人职责 / 211
- 六、托管的作用 / 211
- 七、资产托管业务产品种类 / 212

情境模拟练习 / 213

课堂讨论 / 214

本章小结 / 214

思考题 / 214

参考文献

金融客户经理要具备与金融企业业务相适应的综合素质,包括良好的品德素质、过硬的业务素质和心理素质。同时,还必须随时注重自身的行为规范,学会各种公关技巧,这些对金融客户经理来说都是极为重要的。

第一节

金融客户经理应树立正确的职业理想

金融客户经理是一种极具挑战性的职业,愿意投身于客户经理职业的人必须具有一定的挑战精神,确立正确的职业理想,并对自己的职业生涯有明确的规划和定位。

一、金融客户经理确定职业理想

所谓职业理想,是人们为实现某种社会理想,依据社会分工的需要和个人所具备的素质条件选择职业或专业,并努力奋斗做出应有的贡献,实现人生价值。它是个人在社会中所处地位、作用的追求和向往。

确定职业理想非常重要,有了职业理想才能围绕这一理想去奋斗,去创造条件,战胜困难,从而实现自己的价值。确定职业理想需要解决两个方面的问题。

(一) 树立正确的理想

所谓理想是人们在一定时间、一定范围内认定的有实现可能的奋斗目标,是对未来社会、生活的向往和追求,是用以指导、激励自身行动的一种观念、信念等的心理表现,是人生奋斗目标的心理表现。金融客户经理在树立正确的理想,即在金融客户经理追求人生目标中,要通过正当的途径、正确的方法,加上艰苦地努力去实现自己的目标,而不是空想、幻想,或企图用不正当手段达到个人目的。

例如,在市场经济社会,人们都想拥有巨额的财富,拥有丰富的物质生活和舒适的居住环境,但这一切都要靠自己辛勤劳动和不懈奋斗得来。只有树立了正确的理想,才能督促自己努力提高知识水平和劳动技能,以便为社会提供更多、更好的劳动服务,由此使自己获得更多的劳动收入,提高物质生活水平。

(二) 正确确定职业定向

所谓职业定向,是指对职业方向的确立,即决定自己将来究竟从事什么职业。只有确定了正确的职业方向,选择了一个具体的职业,并且脚踏实地、勤奋努力,才能实现自己的职业理想。金融客户经理是现代金融企业发展的新兴职业。现代金融企业以客户为中心,以市场为导向,通过现代营销技术,整合组织内外资源,建立优质、高效、快捷、便利的金融服务经营模式,金融客户经理在这一大方向和职业大队伍中具有广阔的发展前景和良好的发展前途。

二、金融客户经理规划职业生涯

职业生涯是人们从事某种职业的时间、经历和过程的总称。人的一生，职业生涯很短暂，要认真、科学的规划。国外经常把职业生涯分为三个阶段。

第一阶段为见习、学徒阶段（28岁以前）。在这个阶段，个人应该尝试各种行业和工作，以选定终身从事的职业。

第二阶段为职业发展期（28~40岁）。这个阶段，个人应该在已经选定的行业里发奋努力，争取事业的辉煌。

第三阶段为个人创业阶段（40岁以后）。这个阶段，个人凭借职业发展阶段积累的职业经验、货币资本，致力于开拓自己的事业。

有志于从事金融客户经理工作的人，在金融客户经理的职业上也要进行认真规划。

首先，要明确自己对这一职业的适应程度，深刻体会对金融客户经理这一职业的自我驾驭能力，有无热情和执着的追求。如觉得有能力、有信心做好这一工作，便要下更大的决心，投入更多的情、激情去为此努力；如果觉得无法适应，或对此职业不感兴趣，则尽早远离这一行当，尤其是已到而立之年的人仍未体会到金融客户经理职业的乐趣，就更应另寻他业。

其次，度过见习阶段，而且对客户经理职业充分适应并感到愿以此为终身职业的人，则要加紧制定进一步的工作职业计划，确立工作阶段目标和长期业绩目标，学习更多的客户经理执业方法、技巧，不断吸收新知识（重点是金融专业知识、投资理财知识和市场营销知识），把握市场变化节奏，巩固和不断拓展新的客户市场。

第二节

金融客户经理的职业素养

客户经理的素质要求既是静态的，也是动态的，在必须具备一般客户经理最基本素质要求的基础上，需要通过不断学习和实践磨炼，得到进一步的提高与发展，体现综合素质的与时俱进。

一、金融客户经理应具备的基本素质

概括地说，金融客户经理应具备的基本素质主要包括品德素质、业务素质和心理素质几大方面，以此为基础拓展到其他行为规范的综合范畴。

（一）品德素质

中华民族的传统理念对人的评价标准一贯是“德”字当先，这有其内在的逻辑性和合理性。金融业是与货币资金直接打交道的特殊行业，如果没有高尚的品德素质作保证，无论管理制度如何严密，也难保不发生违规风险或操作风险问题。无论是金融企业高层管理者，还是一个普通的金融客户经理，良好的品德素质都来自于一贯的良好道德品行的贯彻、坚持不懈的学习，不断提高政治思想素养，否则就会迷失方向，就会因品行问题犯重大错误。金融行业里出现的一些高智能犯罪，就是品行欠佳的结果。一个金融客户经理，有较高的政治思想觉悟和道德情操，又能全身心投入工作，

就能够把事情做得更好；即使一时水平不够高，也会全身心投入去研究学习，从而不断进取、充实和提高。

金融客户经理的品德素质是指对金融客户经理在思想品德、责任感、政策水平等方面的要求，是金融客户经理的素质中最核心的要求，是衡量金融客户经理能否胜任该岗位工作责任的前提。

1. 有强烈的责任感与使命感

金融客户经理的责任感与使命感，寓之于对金融事业的忠诚和热爱。在突飞猛进的信息经济时代，作为经济命脉的金融企业，关系着国家经济的发展速度与水平。金融企业的客户经理专职于金融企业品牌的推介和金融产品的营销策略的实施，并作为联系城乡千家万户与广大工商企业的桥梁，其责任与业绩不仅关乎金融企业事业的发展，也关系到国家经济的繁荣和昌盛。此外，金融客户经理在行使业务职能，如营销金融产品和为客户提供金融服务时，还负有传播金融企业文化的责任。这就要求金融客户经理站在较高的思想文化的高度，把强烈的社会责任感和使命感体现于对客户的竭诚服务之中，对发展客户、拓展市场注入极大的热情。只有这样正确认识，才会对金融事业及本职工作产生强大的动力并执着追求。

随着金融国际化进程的推进，我国金融企业不断纳入全球化行列，金融客户经理的职责越来越重大，其客户资源的多少关系到金融企业社会服务网络的纵深，关系到金融企业经营实力作用的发挥，关系到金融企业经营效益的提高，关系到金融企业对经济建设支持的力度，金融客户经理要深悟其责任重大并为此努力工作。

2. 有高尚的道德品质与情操

良好的道德品质是做人、做事的根本，几千年的中华文化的传统向来非常强调个人道德品质的重要性。在改革开放和市场经济快速发展中，由于受到一些腐朽思想的影响，道德（含家庭伦理道德、社会公德和职业道德）也面临一定的挑战。肩负重大责任的金融客户经理，必须遵守和体现社会主义核心价值观。金融客户经理的职业生命是建立在客户对其充分信任基础上的，只有树立高尚的道德品质和情操，才能得到广大客户的尊重和信任，才能赢得广泛的客户群和赢得广阔的市场，才能延续金融客户经理的职业生涯并在此岗位上发光发热。

金融客户经理在职能范围内掌握一定的权力，如何正确对待职能权力，发挥职能权力的最大效能，关键在金融客户经理必须始终贯彻正义清廉的道德操守。金融客户经理在处理业务时，无论是大客户或小客户，亲戚朋友或初次认识，都要秉公执业，以金融企业的利益为出发点，以客户为中心，全心全意为客户提供满意、便利、多功能的金融服务，保持乐于奉献、公私分明、勤政廉政的思想品质与操守。

3. 有自尊、自强、自律的气魄

金融客户经理的工作关系是代表金融企业同客户打交道的关系。金融客户经理在工作中既要面对客户的利益要求，也有自身的要求，两者相互联系，形成金融企业客户服务的关系。因此，金融客户经理要时刻体现自尊、自强、自律的气魄，讲服务，要坚持原则，把握分寸。既不过分热情，也不能低声下气，更不能趾高气扬，否则有损金融企业形象。

金融客户经理要取得客户的信任，就要加强自身的职业道德修养，深刻领会“要别人尊重自己，首先要自己尊重自己”。既要树立正确的人生观、价值观和道德观，又要严于律己，积极进取，自强不息。围绕岗位职责，规范自己职业活动的行为准则。

金融客户经理必须严格自律，在办理业务时，客户经理要严格按章办事，在资金往来以及与客

户交往中,时刻保持清醒的头脑,随时以法律、法规为准绳约束自己的行为。必须深刻认识依法经营、合规管理的重要性,按照操作准则规范自己的言行举止,严格要求,自觉接受客户的监督。在公关客户、拓展市场的过程中,正确处理好金融企业、客户、个人三者利益,不损害金融企业利益也不能损害客户的利益。

4. 有艰苦奋斗的创业精神

金融客户经理职业是一项艰辛的工作,在工作中总会遇到这样那样的困难,要成为一名出色的金融客户经理,必须有艰苦奋斗的思想准备,彰显吃苦耐劳的精神,应始终树立挑战自我、挑战困难、不懈奋斗、不达目的绝不罢休的精神与勇气。不论在经济发达地区,还是在经济欠发达地区,金融客户经理都应该发扬艰苦奋斗的优良传统,勇于迎接挑战并克服困难。在经济发达地区,金融同业竞争激烈,客户可能比较挑剔,没有艰苦奋斗的精神就难以深入社会、深入企业发展客户;在经济欠发达地区,经济总量小,金融资源较贫乏,由于交通条件较差等原因,跋山涉水,风吹雨淋日晒,挨家挨户地挖储吸存或清贷收息都是常事,这都需要金融客户经理具备和发扬艰苦奋斗的创业精神,才能收到良好的效果。

5. 有诚实守信的作风

诚信是文明社会特别是法治社会公民应恪守的基本准则。金融客户经理营销的是金融产品和服务,同时也是展示金融企业形象的过程。金融客户经理要诚实守信,全心全意为客户服务,不可夸夸其谈,做不实的或误导性的产品介绍和营销,不能不负责任地做出承诺,更不能急功近利,超越自身授权范围,办理不该办的或不可办的风险较大的业务。金融客户经理要以良好的品行和诚实态度取信于客户,并让客户放心在本金融企业办理业务,通过金融客户经理诚实守信的作风感染客户,使之成为本金融企业的长期客户,形成稳定的客户资源。

6. 有执着的爱岗敬业精神

一个在事业上有所成就的人,必然是一个爱岗敬业的人。俗话说:“三百六十行,行行出状元。”作为金融客户经理,要想干出一番成绩,同样要有执着的爱岗敬业精神,必须树立忠诚于金融事业的理念,忠诚于所服务的金融企业,并为之持续稳健发展、提高效率、提升品牌而奋斗。必须正确认识金融客户经理的职责与任务,形成对本职岗位的认同感,敬重自己所从事的岗位,以本业为荣,以本职岗位为荣。只有这样,才能产生强烈的事业心和责任感,才能勤勤恳恳,全身心投入,才能勇于竞争与挑战自我,才能在新的岗位上做出更大的成绩。做到干一行爱一行,方能有所作为。

金融客户经理作为金融企业经营的一线力量,其工作环境的特殊性、技能要求的全面性、金融产品推介的复杂性、岗位的挑战性等,对金融客户经理的职业道德、爱岗敬业提出了比其他成员更高的要求。所以,每个金融客户经理都要充分认识到本职的自我价值,增强从事金融客户经理工作的责任感,勇于挑战,善于开拓。

7. 有良好的协调、沟通能力和团队精神

金融客户经理的工作并非独立的条块模式,既要与客户打交道,也要与金融企业内部的其他部门发生业务关系,正确处理金融客户部门与业务支持部门之间的前台后台的协调关系非常重要。没有金融企业业务部门及后勤保障部门的大力支持,金融客户经理就无法为客户提供完整的金融产品或金融服务,客户经理承担着对外营销、对内协调的职责,要在其职权范围内,在良好的金融企业内部沟通机制的基础上,通过自身的努力整合成协调一致的为客户服务的业务流程,需要体现强有力的团队协作精神。金融客户经理要与全体员工相互配合,相互支持。加强上下沟通,搞好内外协

调、信息交流、资源共享,为客户提供完美配套的金融服务。

8. 有无私奉献、乐观向上的工作热情

金融客户经理工作具有较强的挑战性,面对各种困难和压力,必须有无私的奉献、乐观向上的工作热情,勇敢地接受挑战,端正科学的世界观和人生观,直面现实困难,对工作、对生活充满热情,对事业充满乐观,对社会充满希望,对客户、对同事充满友好,满腔热情地投入工作,创造理想的业绩。

(二) 业务素质

金融客户经理的业务素质是指客户经理对业务知识的掌握程度和办理具体业务的熟练程度,是金融客户经理能否办好正常业务、能否开拓市场和能否维护创造金融企业效益的重要因素。市场信息化、业务综合化、电子化、网络化的发展,对金融客户经理的素质提出越来越高的要求。

较高的业务素质是一名合格的金融客户经理必备的条件。金融客户经理必须熟悉本金融企业的产品和服务特色,能巧妙地将产品或服务品种进行整合营销,能及时有效地根据客户需求开发提供相关金融产品或金融服务,能准确把握市场变化的脉搏,捕捉市场敏感信息。概括地说,金融客户经理的业务素质主要体现在以下几方面。

1. 掌握丰富的金融专业知识

现代金融客户经理的职能是向客户提供全方位的金融服务,同时承担经营管理金融资产负债和创造利润的重任,其服务对象以黄金客户和优质客户为主。要求金融客户经理熟练掌握金融专业知识,就是要使金融客户经理在业务工作过程中,善于运用金融企业的专业理论知识、管理知识、服务知识,为客户提供综合的金融理财服务。金融客户经理熟练掌握金融专业知识是其拓展业务、充分履行其职责的必备条件。当然,要求金融客户经理熟练掌握金融专业知识,并不等同于要求金融客户经理成为专家,而是要求金融客户经理通过对专业知识的掌握和应用,便于为客户提供优化组合的理财服务,为客户创造利益的同时,更好地树立金融企业品牌形象,扩张客户网络,提高客户与金融企业的投资收益与经营效益。

2. 具备必要的企业经营管理知识

现代金融企业以黄金客户和优质客户为主要服务对象,这些客户大多数是具有相当规模的企事业单位,在理财和资金运作方面需要金融企业的协助。工商企业同样面临着瞬息万变的市场,随时碰到新情况、新问题,从而使其财务运作增大了复杂性。作为一个优秀的金融客户经理,要在熟练掌握金融业务知识的同时,以其掌握的企业经营管理知识,及时为企业提供理财意见或财务计划建议,从而提高企业的资金使用效率,以此进一步地赢得优质客户的青睐,保持发展稳定的客户关系。另外,熟练掌握企业经营管理知识的目的,不单是为客户当好理财参谋,更重要的在于促进金融产品的应用、资金的运筹和有效运营。在资金运用上,通过对企业经营管理情况的了解,更好地对企业进行贷前调查、监督信贷资金运营情况,更好地提高信贷资金运用效率,防止金融企业资金风险的发生,最大限度地维护金融企业利益。

3. 熟悉经济金融法律、法规

随着我国法律体系的完善,对于与市场经济活动密切联系的金融客户经理来说,首先要知法,依法经营和依法行事;其次能依靠法律法规保障金融企业的合法权益,既明晰金融企业经营管理的法律地位与合法权益,又规范自身的操作行为,这样,既有助于金融客户经理为客户提供服务,也有利于金融客户经理在复杂的社会环境与市场业务活动中保护自己,合法履行职责。金融客户经理

掌握的法律知识，要求在广度和深度上涵盖经济金融的各个方面，重点应掌握与金融业务、客户经营活动行为紧密相关的经济法律法规，时刻防范合规风险。

4. 有超强的市场调研分析能力

市场具有宏观性，也具有微观性，金融客户经理是市场拓展的前锋，是金融企业联系社会的触角。因此，一个优秀的金融客户经理既要能对宏观经济形势和宏观经济政策做出及时的反应，对宏观经济走势做出准确的判断，深刻领会国家政策和系统内政策，对微观市场运行情况也应有足够的把握能力，一遇到机会就能敏捷反应。这方面的能力有“先天”的，更有“后天”的，即金融客户经理在实践工作中可以通过多看书报、多考察学习、多分析思考，以及多与其他客户接触并与同事交流工作经验来提高。要争取客户，就要到市场中去挖掘，积极投身于市场，通过亲历市场锤炼，积极开展市场、客户调研分析，及时掌握第一手资料，获得充分的信息，挖掘优质优良客户，主动推介金融企业产品及服务。对客户的信用或产品需求的调查一定要认真仔细，并通过去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里，从中获取真实有价值的信息，写出翔实的调查分析报告，为后台业务部门提供进一步业务处置的依据。

金融客户经理进行市场分析、履行经营策略、推介金融产品与服务、发展客户等一系列工作的过程中，应采取务实求真的态度，了解产品需求、客户市场调查、信用分析等工作要实事求是，一切从实际情况出发，一是一，二是二。报喜的话要听，报忧的话也要听，大客户的话要听，普通客户的话也要听。通过调查与信息的掌握，及时做出判断，调整工作思路，改进和完善工作方案。

5. 熟练金融产品的综合运用与创新技术

自20世纪70年代以来，国际上金融业的金融创新风起云涌，随着金融竞争的日益加剧，世界各国银行金融产品不断推陈出新。作为市场一线人员，金融客户经理的一项重要职责就是将金融企业金融产品优化组合、合理配置和综合运作，积极将新产品和新服务向新老客户推荐，从而争取更多的客户、开拓更广的市场。金融客户经理要积极主动，不断提高、创新营销方法与服务方式，特别要善于根据不同经济发展时期的客观需要，在现有服务方式方法的基础上不断改进，不断合理配置、优化组合金融产品和服务。

6. 有出色的业务协调能力

金融客户经理的协调能力体现在对金融企业内部各部门的协调和对客户开展业务的协调两方面。在实施经营策略和营销战略活动中应与本企业各部门保持着密切的协调关系，严格遵守金融企业内部的业务流程，既全面推介金融产品和与之相配套的金融服务，又及时反馈金融产品和与之相配套服务的实施情况，及时修正问题的所在与新产品需求的开发，以使其更贴近市场，适应不同客户的需求。因此，金融客户经理与金融企业各部门之间、金融客户经理之间都必须保持密切的协作关系，围绕目标，互通信息，协调行动，共同推进。作为金融客户经理，其信息收集与反馈既要有针对性，又要有可操作性；既要广泛收集、丰富内容，又要及时灵敏、讲求时效。及时向客户宣传金融政策、业务方式方法的变化，避免客户对金融企业因上述因素的变化而产生误解，创造金融企业与客户之间和谐融洽的关系。

7. 有较强的公关能力

金融客户经理每天与客户进行业务沟通与商洽，攻关能力的强弱关系到其业绩的好坏和客户网络的拓展和维护，必备的公关能力是金融客户经理业务素质的基本条件之一。金融客户经理在公关

客户时,灵活运用公关技能与服务方式非常关键。知己知彼,才能百战不殆,在公关过程中,金融客户经理要善于协调与沟通社会关系,不仅要建立自己以亲戚朋友同事同学熟人客户为主要对象的社交圈子,还要建立以这个圈子为载体的“信息中心”并以此进行拓展,一旦发现有价值的信息,就应马上采取行动,主动出击,上门公关,以代表金融企业的优质服务和金融客户经理真挚的工作热情与态度来争取客户。当然,金融客户经理在公关时要讲究艺术性,根据客户的不同性质、性格等特点来选择适当的方式与方法,这就是公关成功的关键。在公关方法技巧上要不断博采众长,吸收同行的先进经验,充分将现代技术工具作为加强客户公关的辅助手段。

8. 具有风险防范控制能力

金融客户经理围绕金融企业的经营目标即获取最大利润,首要任务是拓展业务、扩展客户网络,稳定优质客户,挖掘潜力客户,提高信贷资金运用效能,营销金融产品中间业务,获得自身利益,最大限度地为金融企业创造利润。但是,金融客户经理在注重效益观念的同时,也特别要强化风险意识,把金融企业全面风险管理理念贯穿到平时的工作中,充分认识到控制风险是获得收益的前提,明确现代金融企业是一个充满风险的行业,金融体系是一个非常脆弱的体系。因此,金融客户经理必须掌握控制风险的基本技术,严格按操作守则办理业务,并能够有效识别风险,采取必要的措施规避风险和化解风险。

(三) 心理素质

良好的心理素质是金融客户经理做好本职工作的重要条件。金融客户经理工作是一项挑战性很强的工作,它不仅需要较高的业务素质,也需要较好的心理素质条件来保证。在业务工作过程中,胆怯自卑的情绪不易产生创造性思维;固执己见、自以为是的情绪易产生判断失误;急功近利、操之过急的情绪往往欲速不达;墨守成规、畏头畏尾的心理则可能一事无成。这些不良心理因素的存在,表明心理素质不过硬,将直接制约金融客户经理工作目标与业绩的实现。因此,一个合格的金融客户经理在心理素质上应具备以下几方面的要求。

1. 健康的人生观、价值观和强大的心理承受力

金融客户经理要给自己的工作和生活目标正确定位,充分认识金融客户经理这份职业对自身的重要性和适应性,坚定从事金融客户经理职业能体现和实现个人人生价值的信念,要有顽强的意志和毅力,百折不挠。金融客户经理的工作是要深入到客户中去,走街串巷,日晒雨淋,遭遇“目标客户”的闭门羹,被人误解甚至遭受冷嘲热讽都时有发生。所以,金融客户经理必须具有健康的体魄、旺盛的精力和强大的心理承受力,耐心解释和引导客户理解自己或金融企业的意图。有时候金融客户经理面临的“目标客户”可能会提出一些苛刻的、令人难以接受的要求,尤其是在同业竞争激烈、各种理性与非理性的竞争手段层出不穷的情况下,金融客户经理面对的各种各样的问题与挑战,业务拓展难度越来越大,因此,对金融客户经理的心理承受力的要求也越来越高。金融客户经理应该在现实工作中不断锤炼自身的心理承受力和意志力。

2. 必胜的信心和百折不挠的精神

金融客户经理面对的是一个复杂多变的市場,期间会遇到各种各样的事件与问题,公关失败和业务发展不理想是经常的事,此时最需要的是要坚定必胜的信心,时刻提醒自己成功就在前头,只要功夫到家,必然会取得成功。在此心态下,积极通过各种途径去捕捉信息,寻找机会创造价值。当出现失误时,要善于总结经验,切不可因有所失误或暂时的不成功而失去信心。金融客户经理除了勤跑、勤说、不辞辛劳之外,还必须有迎难而上的磨劲、韧劲以及百折不挠的勇气。当发现目标

客户时，就要想办法积极与之沟通，不能因一次的接触受冷遇而放弃，应总结经验，继续加强对客户的沟通与了解，以诚意、热情感化客户，以满意的服务使客户心悦诚服。

3. 良好的竞争意识与服务意识

现代金融企业的竞争是人才的竞争，更是金融服务的竞争。在激烈的竞争中，成功的关键在于服务，谁能为客户提供更满意的优质服务，最大可能地满足客户的需求，谁就能赢得客户和市场，就能赢得竞争的主动权。对于金融客户经理来说，金融服务能否做好，关键在于是否用心去做。一个优秀的金融客户经理，除了代表银行向客户争取业务之外，还要能代表客户向金融企业争取资源，学会充当金融产品消费的“导游”角色，代表金融企业为客户提供全方位、高层次的优质金融服务，做到急客户所急，解客户所疑，帮客户所需，要通过提供满意服务来维系金融企业与客户关系和争取客户市场。金融客户经理只有从思想意识上认清竞争与服务的对象，才能正确认识形势、订好计划、把握机遇，才能总结经验教训和应用新的公关方式方法，在竞争中立于不败之地，真正实现开拓金融市场、维系金融企业与客户关系和最大限度地创造金融企业经营效益。

4. 处事从容、随机应变

金融客户经理在公关营销活动中，要才思敏捷，遇事从容不迫，处变不惊，沉着应战，随机应变。在经营活动中，对一些难缠的客户，甚至是故意刁难的客户，要忍辱负重，切忌冲动而激化矛盾。对此，金融客户经理应以成熟、健康、平和的心态，以婉转的语言，化干戈为玉帛，就算效果不佳，也不能因言行出格而有损金融企业形象。对在经营活动中客户提出的一些疑难问题，一时难以回答或不清楚的，要有礼貌地请客户多包涵，及时向有关部门人员咨询了解，并及时解答疑难，防止出现冷场或“十问九不知”现象，更要防止出现心慌怯场、手忙脚乱、言不由衷的被动局面。先稳住客户，再想应对之策。

二、金融客户经理应具备的业务技巧

为便于开展工作，金融客户经理在业务拓展中必须掌握一定的业务技巧，以便在工作中得心应手，游刃有余。这些业务技巧包括必须遵守的礼仪规范和业务公关技巧。

（一）客户经理的礼仪规范

金融客户经理素质涵养要通过一定的社会活动才能得以体现并取得客户的认同，一个不善于言语表达与客户沟通的客户经理并不是优秀的客户经理。只有将内在的丰富知识与外在的生动表达结合起来，方能达到理想的效果。因此，作为一名金融客户经理，除了要具备良好的品德素质、业务素质、心理素质外，还特别要注重自身的礼仪规范，以健康向上的外在美与优质服务的内涵素质共同营造金融客户经理的良好形象，通过内质和外质综合影响力来感化和吸引客户。作为金融客户经理的礼仪规范，一般包含仪表、言语表达、礼仪行为规范等要素。

1. 金融客户经理的仪表

金融客户经理是金融企业的营业代表，其仪表仪容不仅影响客户对自己的印象，有时还会成为业务洽谈成功与否的关键。因此，金融客户经理必须十分重视自己的仪表形象。

仪表是指仪容、姿态、举止和风度，使内在素质与外在美达到和谐统一。古语云：“坐如钟，站如松，卧如弓，行如风。”这就要求金融客户经理日常要养成良好的动作习惯，保持标准的坐、站、行的姿势。具体来说，主要体现在以下各方面的要求：

(1) 着装要求

曾经有专家认为,得体的穿着打扮应当与所从事的工作相适应。着装要整洁干净,朴实美观,自然得体。要根据不同场合选穿不同服装,原则上在工作时间内应以穿着制服较为合适,这看起来既显得庄重、自然,也有利于金融企业形象宣传和取得客户的信任。对于一些特别的场合(如开业仪式、舞会、运动会等)应配合气氛需要选择合适的服装。无论何种场合,都要大方得体,切忌追求奇特、标新立异,花里胡哨则很难取得他人信任。

(2) 举止要求

文雅大方的行为举止比外貌长相更重要,稳健庄重,爽直豪放的举止便于与他人打交道。金融客户经理在社交中,举止要端庄稳重、自然大方,男性要突出阳刚之气,女性要表现温柔之美。具体要求是坐姿要稳重,站姿要端正,走姿要优雅,举止要自然得体。表情是优雅举止的组成部分,健康的表情留给人的印象是深刻的。一个善于通过目光和笑容表达美好感情的人,可以使自己富于魅力,也会给他人更多的美感。表情的表现要领是:友善坦诚,率直自然,适度得体,温文尔雅。切忌不修边幅,蓬头垢面,流里流气,粗野庸俗而招人厌恶。

2. 金融客户经理的言语表达

金融客户经理的言语表达要文明、礼貌、典雅、婉转。语言交流是金融客户经理与客户沟通、增进友谊的重要手段。俗话说:“话不投机半句多。”交谈的内容要积极健康,要让客户感兴趣,使客户从自己的言语表达中增进彼此了解及明白目的所在。礼貌用语要经常挂在嘴边,讲实话,诚恳坦率,不要蜻蜓点水,也不要不着边际绕圈子,言不由衷,搞外交辞令。熟练掌握语言技巧,善于使用敬语、谦语、婉转客套语言均能显示谈吐的温文尔雅。交谈中要注意神态,言语表达要求力求简洁、明快、生动、幽默,尽量避免粗俗、“把肉麻当有趣”等一类容易刺激客户情感的语言。同时要集中注意力,仔细听客户讲述需求或意见,切忌心不在焉或“一言堂”“冷场”等局面,不要一次不达目的就悻悻然或不辞而别。

3. 金融客户经理的礼仪行为规范

金融客户经理在注重仪表仪容的同时,还应该注重日常礼仪行为规范。在交往中,给对方留下美好的第一印象非常重要。与客户初次见面,金融客户经理既要主动热情,又要礼貌得体。要特别注意以下几个环节。

(1) 介绍的规范

介绍是社交的第一环。介绍又分正式介绍、非正式介绍、他人介绍和自我介绍,都有其特点和不同的要求。

在较为正式、郑重的场合,如商业银行的公关部门接待客户,通行的原则是把年轻人介绍给年长的人,把职位低的人介绍给职位高的人,把男士介绍给女士。介绍时,先提某人的名字是对此人的尊重,然后还可以附加简要的说明,如职务、职称、单位,甚至特长、爱好等。如果客户正在谈话,可以稍等片刻;假如人不多,便要先介绍后进场的那一位,然后再逐一介绍原先在场的人。在社会交往日益增多的今天,自我介绍往往很重要。有时为某事需结识某人,最好能找出对方和自己的某种联系做介绍,如果没有联系,也可以直截了当地介绍自己。例如,金融客户经理选择一个素未谋面的客户上门服务时,可寻求合作或推介联系的人,由其带领或事先让他给对方一个电话,为自己做一个介绍。登门之后,可以微笑地递上自己的名片,说:“您好,我是某某银行的客户经理。”然后报上自己的姓名,再递上自己的工作证,说明来意,让客户方便与你交谈。