

图书基本信息

书名：<<商业银行客户经理基金销售实用手册>>

13位ISBN编号：9787513601382

10位ISBN编号：7513601380

出版时间：2010-9

出版时间：中国经济出版社

作者：中国证券投资基金年鉴编委会 编

页数：265

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

“处处有学问，行行出状元”。

只要用心体察，认真总结，不断探索，哪怕从事过去并不太熟悉的事情，照样会春华秋实，硕果累累。

功夫不负有心人，读完《商业银行客户经理基金销售实用手册》，对此更深有所感。

没有想到，在基金营销工作中，竟有如此多的知识和技能，需要和等待基金客户经理去学习、领会、丰富和提高。

我国证券投资基金业从无到有，从小到大，从弱到强，已走过12年坎坷曲折的发展历程。

曾有过辉煌与繁荣，也出现过萧条与低迷。

但总的趋势是，中国基金业已经或正在步入稳健、持续、规范发展的征途，成为公众的重要投资选择。

目前的基金市场较前似乎有一个明显的差别，就是随着基金业的迅速发展，管理机构愈来愈多，基金产品种类愈来愈丰富，不同的基金产品业绩时有起伏，特别是随着投资者基金投资阅历、经验以及教训的累积，作为基金业持续健康发展重要保证的基金营销的生态环境，悄然发生了很大的变化。

基金业由卖方市场向买方市场转变，曾经出现过的起早排队抢购基金，一只新基金一天售出百亿以上的火爆景象，似乎已经成为了历史。

基金依赖于商业银行中介代销的任务担当，愈来愈面临需要优选和被优选的压力。

内容概要

《中国证券投资基金年鉴》编辑部的同志：“审时度势，适应基金市场发展的需求及时组织有关专业人员编辑了《商业银行客户经理基金销售实用手册》。

该手册阐述了基金营销的基础准备、工作战略、销售战略、营销进阶、营销案例分析等篇章。

很多章节题目具有针对性、趣味性和实用性诸如“要做客户的心理按摩师”、“理财师的工作要融入客户家庭”、“把握客户的肢体语言”、“怎样赞美投资人”、“充分展示你的微笑”、“基金产品优缺点的介绍技巧”、“处理投资人抱怨的话术”、“对投资人的提问原则”、“基金营销实战话术二十例”等，俨然出于客户经理人基金销售的实际体验和感悟。

基金营销中的智慧、知识、技巧、方法、耐力和哲理，似乎都在《商业银行客户经理基金销售实用手册》中集中体现出来了。

此外，来自台湾、香港的基金同仁章嘉玉女士刘宗圣先生莫兆奇先生抽出宝贵的时间为本书添砖瓦把台湾和香港地区基金营销的宝贵经验贡献给大家也相当有利于扩大内地客户经理的营销视野。

该手册是一本基金销售人员的参考书，也是敲开基金销售业门槛必备的工具书。

该书的出版将有助于增强客户经理的营销意识端正客户经理的营销心理提高客户经理对各类基金的营销技巧促进客户经理素质的全面发展。

书籍目录

前言：客户经理的信心第一篇 客户经理的工作战略 第一章 张开营销的“口”！ 第一节 客户来找你的目的是什么？ 第二节 客户经理的“亮剑”精神 第三节 客户经理工作的出发点 第二章 客户经理在基金营销中的定位 第一节 为什么不做证券分析师 第二节 要做客户的心理按摩师 第三节 理财师的工作要融入客户家庭 第三章 客户经理需把握分行思路 第四章 态度决定高度 第一节 练就积极的心态 第二节 提升客户经理的心态... 第五章 网点经理的战略化思考 第一节 突出网点的差异化 第二节 把握网点的精准定位 第三节 基金营销激励... 第二篇 实战基金的营销战略 第一章 基金营销的基本方法 第一节 客户经理的倾听 第二节 把握客户的肢体语言 第三节 充分展示你的微笑 第四节 怎样赞美投资人 第五节 理财室的软布置 第二章 基金营销的特殊方法 第一节 基金产品优缺点的介绍技术 第二节 怎样与愤怒的投资人交流 第三节 处理投资人抱怨的话术 第四节 对投资人的提问原则 第五节 几种有效的提问方式 第三章 基金营销的实战技巧 第一节 基金营销的技巧实例 第二节 基金营销实战话术二十例 第三节 基金活动的筹划流程 第四节 基金活动的邀请话术 第五节 营销活动的案例分事 第三篇 客户经理的营销进阶 第一章 客户经理营销之专业化培养 第一节 证券专业型客户经理速成 第四篇 基金市场营销案例分享 第五篇 基金产品篇 第六篇 附录

章节摘录

插图：一是，在赚钱效应的影响下，开放式基金市场的成熟度得到了巨大且快速的提高。在这个过程中，很多投资人由三年前尚不能区分“鸡精”和“基金”的初级水平，变成了经历“水火”的老牌基金投资人。

二是，牛市后期吸引了大量的基金投资人鱼贯而入，使很多基金投资人的基金资产被搁置在了历史的高位，这一问题将在相当长的时期内困扰基金的营销。

第一个问题，对于基金营销工作来讲是利好的。

市场成熟度的提高，可以有效帮助基金销售人员不用再费尽周折、一步一步、周而复始地宣讲“什么是基金投资”这种简单的问题，使大堂经理、理财经理有时间去研究更加深入的、符合投资人个性需求的基金产品。

很多二级分行个金部的基金经理大多有过背着笔记本电脑和投影仪前往一个个网点讲述基金理财的历史，而这种历史，现在被更多更专业化的培训所替代。

它的普及模式是通过基金公司人员、CFP理财师或者相关专业讲师不断将基金理财升华到一个新的层次；从区域模式上讲是从发达地区到欠发达地区的逐步过渡。

所以，目前在一线城市，如果还在继续讲基金的投资基础知识，就一定不能满足客户的需求，我们认为这也是选择培训对象的大忌。

第二个问题，与第一个问题相比，这个话题一定要沉重很多。

因为目前阶段客户经理所面对的投资人，很大一部分是2007年下半年进入到基金投资队伍中来的。

这部分投资人的共性有三点：我们预计在2011年之前，三分之一以上的投资人仍然处于亏损状态；

在购买基金产品时，投资人对风险认识不够；投资人因为资产缩水而对银行和基金公司存在较大成见，颇有微词。

媒体关注与评论

知难而上主动营销，勇于创新科学营销，提升专业服务能力，实现客户财富梦想！

——中国工商银行个人金融业务部副总经理 郭超基金市场的快速发展和客户理财需求的日益多元化对客户经理提出了更高的挑战，除了具备勤勉、敬业的精神和专业、负责的态度之外，唯有不断汲取知识、提升专业技能才能胜任我们所从事的工作，真正赢得客户的信赖。

——中国农业银行总行个人金融部副总经理 印金强练好内功，开拓思路，改进策略，用专业武装自己，全面提升基金业务。

——中国银行个人金融业务部副总经理 杨柳在中国开放式基金的发展史上，商业银行客户经理为基金的生存与发展立下了汗马功劳；随着客户对基金认知度的普遍提升，客户经理对客户所提供的营销和服务水平必然需要再上一个台阶；愿商业银行客户经理成为一个学习型职业群体，对基金行业发展发挥越来越好的纽带和桥梁作用！

——中国建设银行个人存款与投资部副总经理 马梅琴提振销售信心，提高专业素养，提升服务水平，“以客户为中心”做好基金销售业务。

——交通银行个人金融业务部副总经理 杨旭东提高专业水平，提升服务能力，体现理财经理智慧和价值。

——招商银行总行零售银行部副总经理 张东知识是前进的动力。

愿我们的客户经理能够通过本《手册》学习，不断增强自身能力，给广大投资者提供更专业更贴心的服务，促进基金行业稳定和谐发展！

——中国邮政储蓄银行代理托管部总经理 李春太用心了解客户需求，采用换位思考方式，发挥专业知识能力，利用基金投资工具，提供特色理财服务。

——兴业银行零售银行管理总部副总裁 郑海清通过专业的服务，引领更多的个人投资者走进基金，并从基金投资中受益。

——上海浦东发展银行个人银行总部总经理 刘以研基金不是普通商品，是用于客户资产配置的工具。

我们销售的不是产品，是不可复制的专业服务。

——上海银行个人金融部总经理 方坚华基金销售（含所有销售）须先练内功，方能做到内圣外王。

本《手册》正是提供了诸多的锻炼内功的方法和手段，对从事基金销售的人员是一本难得的读物。

——深圳发展银行私人理财总监 袁丹旭

编辑推荐

《商业银行客户经理基金销售实用手册》：中国基金专业·实用·精品书系

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>