

2013聊城明星支行、明星理财师展示报道(上)

候选明星理财师案例展示



理财师简介:

赵书平,1993年进入农行工作,曾从事前台柜员、会计主管、支行财务会计核算、统计员等职。2009年-2011年,先后通过金融理财师(AFP)、国际金融理财师(CFP)等专业认证,并取得基金从业资格、理财从业资格等证书。

2011年成为东阿县支行个人金融部理财中心主任,从事支行理财业务团队建设以及客户关系维护等工作。通过大量的调研和组织工作,积累了丰富的团队建设和客户关系管理经验。从事理财中心主任以来,始终坚持“以客户为中心,以满足客户需求为目标”的工作宗旨,指导、配合网点理财经理从事客户关系维护,通过定期约见、节日拜访、组织客户活动等形式,向客户推荐专属理财产品——“金钥匙”理财产品。通过推荐这一主打产品,夯实客户基础,扩大贵宾客户群体。到2013年6月末,管理金融资产50万元以上客户178户,金融资产2.04亿元。



理财师简介:

沈洪冰,34岁,本科学历,中级经济师,研究生在读,金融理财师(AFP)持证人。自2002年供职于中国农业银行聊城分行工作,银行从业经验11年,从事过会计、信贷、理财等工作,2009年10月份取得AFP资格认证,目前共管理个人客户184位,维护客户年均存款1127万元。



理财案例:

客户家庭情况:私营业主张先生40岁,太太38岁,家里有一对儿女,女儿读高中三年级,儿子读初中三年级。张先生夫妇共同经营一家批发门店,每年净收入丰厚。夫妻名下共有四套自有房产。张先生负责对家庭财产进行规划,其为人比较低调,始终采取保守的投资方式,以国债和定期存款为主。夫妻名下房产均为全款购置,家庭无负债。

了解到客户的这些情况后,客户按照我给出的理财建议,做出了如下的理财调整:

1.该客户夫妻双方名下拥有房产均为全款购置,可适当考虑采用贷款形式,在农业银行申请以私营业主经营为用途的房产抵押贷款(房抵贷),缓解从事经营事业可能出现的现金流不足的问题。2.张先生和太太已经在公司参加社会医疗和养老保障,夫妻俩打算在60岁时退休。因此该客户又购买了部分商业养老保险,同时进行定期定投来补充养老金,以达到退休后旅游、休闲、保健、医疗支出的费用不断增加的要求。

3.客户家庭为四口之家,家庭收入主要来源于夫妻所经营门店,女儿需要家庭资助完成学业,儿子需要成家立业的规划,且张先生经常出差,在儿女经济尚未独立之前,为规避家庭的重大风险,利用保险的杠杆原理,客户购买了与农行合作的银保产品,以保障终身意外和重大疾病的威胁。

4.针对其经营的活期存款,我们

采用农行的安心快线天天利滚利的理财产品,使客户存款收益率由0.35%提高2.3%,针对部分定期存款的理财需求我们采用农行金钥匙人民币理财产品收益率以4.7%达到超过定期三年4.25%的理财需求,同时理财产品还可在未到期时办理质押贷款以解燃眉之急。

通过以上调整,客户张先生达到了对家庭流动资产进行增值,同时还保证了所从事批发业的正常经营所需资金的问题,并满足了对子女教育成长的资金和夫妻二人养老资金进行规划的理财目标。

丈夫陈先生今年34岁,本科学历,从事企业财务工作。妻子,今年30岁,研究生学历是国家公务员,女儿4岁。在通过我给出的理财方案执行后,提前实现了换房规划,卖掉手中现有的房子,再添一部分钱,贷款购买一套价值百万元的大平方的复式楼房。实现了教育规划:为孩子建立一个专门账户,专款专用,每月将结余中的800元投资于年收益8%的基金定投,在15年后可累积的教育费用,可以实现届时国内大学教育费约需30万元的要求。实现了保险规划,陈先生选择了“分红两全保险+重大疾病+意外伤害+意外伤害医疗+补充社保”形式的银保产品,交费方式可设为月交,保险期限设定为10年,身故受益人约定为自己的父母,以覆盖出险后购房时所欠的房贷余额,为自己及家人提供了一个坚强的保障计划。

理财案例:

通过梳理客户资料发现,客户王女士,是一名个体工商户,在我行金融资产等级为金卡客户,年均金融资产60万元左右。但根据赵书平以往对此客户的了解,其金融资产远远不止这些,通过与网点主任商议,决定上门拜访,了解客户需求。通过了解得知,客户日常周转资金不是很多,大部分闲置资金存放在某银行,全部为定期存款。得知这一信息后,赵书平积极向客户推荐了我行的“金钥匙”理财产品,并通过收益率对比,使客户明白了购买我行理财产品的收益远远高出其在某银行的收益,并深得客户认同。通过近一年时间的努力,客户陆续将其存款600多万元转移到我行购买理财产品。

客户李先生是我行一金卡客户,赵书平通过了解发现,客户资金使用季节性较强,并且在旺季时资金交易量大,资金有时候闲置,也可能存在资金缺口。通过一次客户活动向客户发出邀请,在客户活动过程中,赵书平与客户

进行了面对面的真诚沟通,发现客户在几家银行分别存有结算性资金,交易淡季时李先生也没有对其资金作出合理安排,交易旺季时存在部分资金缺口。赵书平及时向客户推荐了我行的“金钥匙”理财产品,对李先生交易淡季时的闲置资金进行规划,同进又向客户介绍了我行的白金贷记卡产品,并介绍了办理此项业务的相关条件、标准。客户遂将其在他行的流动性资金转移到我行购买开放式理财产品,既提高了客户收益,又使客户升级为白金卡客户,成功为客户办理了一张额度为20万元的白金贷记卡,解决了客户短期资金融通的需求,李先生表示非常满意。

赵书平体会到,不同类型的客户有不同的需求。这就要求我们客户管理人员要做有心人,要善于发现客户,关注客户需求。只有想方设法满足客户需求,才可能得到客户的理解和信任。

理财师简介:

辛赤霞,38岁,农业银行聊城开发区支行营业部主任,金融理财师(AFP),18年银行从业经验,先后从事过柜员、主管、大堂经理、网点主任等岗位,2010年取得金融理财师资格,并持有基金销售资格证书、保险代理从业资格。工作中,她认为“责任心”是基础,适合客户的方案才是最好的方案。她始终坚持诚实守信、实事求是的原则,尊重客户的意愿,帮助客户了解自身风险偏好,合理确定理财目标,选取合适的金融产品实现资产的保值增值。



理财案例:

在实际的工作中,她致力于做好客户对理财业务的认知和接纳,通过系统内平台为我行广大客户传递理财信息。她认为“理财”不仅仅是高端客户的需要,也是普通老百姓的真实需求。理财贯穿生活的各个方面、各个阶段:短期的日常消费,中期的物质、精神方面的投资,长期的养老、防意外疾病等都需要以良好的心态专业的角度去规划。

高端客户随着经济市场的活跃,客户对资金的流动性要求越来越高,现在各家银行都有多款短期理财产品,客户的选择余地很大,有的客户已经形成了固定习惯。我行贵宾客户李先生平时忙于业务发展,对于闲置资金没有太多的规划。我行私人银行专享“天天利滚利”理财产品推出之初,就向客户详细介绍了该产品的特点,客户从开始的不了解婉拒到主动咨询,她都坚持以最专业和最诚恳的态度给予了讲解,并指导客户学会在网上银行操作,李先生不仅自己熟悉并养成了下午5点前归拢资金的习惯,并影响了他部分群体也在逐步成为我行

理财产品的忠实客户。

普通客户

相比过往的基金产品,理财基金的出现填补了普通投资者低风险理财空白。该短期理财基金基本类似于原有的银行30天理财产品。贴近中小投资者需求,零费用、低风险,其购买门槛为1000元,远低于市场现有银行理财产品的5万元起的门槛。风险较低,兼具了理财产品的收益优势和货币基金的良好流动性。投资者可实现零成本进出,从而促使更多的普通投资者可以参与到理财队伍中。她根据客户的风险属性结合实际情况,及时把这款新的理财产品介绍给广大普通客户,收到了良好的效果。

年青一族

有个年轻的朋友一直注重“钱是挣来的不是攒来的”理念,每个月的收入都拿去消费,是个标准的“月光族”。经过与朋友的充分沟通,他把每个月收入的30%做了农行自动定期转存和债券型基金定投,20%做了农行的“存金通”,日积月累,他有了小小的一笔财富,达到了攻(挣)防(攒)结合。

理财师简介:

王青蕊,金融理财师(AFP),1998年7月毕业于山东财政学院国际经济系,本科学历,经济学学士,同年在中国农业银行阳谷县支行参加工作,系统地学习为工作积累了坚实的知识基础,十年的一线工作经历使我积累了丰富的与客户沟通的经验,工作中,先后通过了公共基础、个人理财、基金销售、个人客户经理等银行业人员从业资格考试,掌握了现代金融从业人员应有的知识和技能;2011年从事理财管理工作,为使自身有更高的专业技能,后又通过了金融理财师(AFP)资格认证。



理财案例:

我认为,一个优秀的理财师应该首先是一名“全科大夫”,负责对客户理财的整体规划,而不是具体到某一类理财产品的分析师。其次,理财师需要用热情,积极主动了解客户的真实需求,用专业的知识和实践经验量身定制理财方案,帮客户算明白“理财账本”。同时,在理财规划执行的过程中,要根据外部经济指标的变化,以及客户自身的情形作出应变和调整。

在我接触的客户中不乏有民营企业高管,属于典型的高现金流和高资产净值客户。其中一位客户是私企老板娘,喜欢高品质的生活,注重外表形象及内在修养,在忙碌工作之余,喜欢通过旅游等方式放松心情,享受生活。了解到客户这些喜好后,在特殊节日,如三八节等,约客户听商务礼仪讲座,有

机会时约客户一起旅游,与客户建立了深厚的友情。在聊天过程中,了解到该客户持有大量的股票,风险较大,便建议其适当降低持有股票数量,运用变现资金进行金融投资以便分散持有单只股票带来的风险,成功为他们规避了风险。后来,这位客户一次性买了500万的理财产品,这位客户跟我说:“在我认识的这么多银行人中,你的服务最贴心,最专业,把钱交给你打理,我放心!”这几年来,这位客户一直是农行的忠诚客户,有时存款过千万,她说,把钱放在农行,她最放心。

与客户建立良好的互相信任关系,对理财产品做到全程关注,立足于家庭阶段和家庭状况的考虑,做好高风险和低风险的有效搭配,让客户收获丰厚,我认为,这才是理财的精髓。