

建设银行青岛市分行

高效的资产配置为您的家庭资产保驾护航

随着社会经济的发展和个人财富的积累,越来越多的家庭开始关注家庭资产的管理和配置。然而,由于市场环境的复杂性和不确定性,如何进行高效的资产配置成为许多家庭关注的焦点。恰逢第十三届青岛市金融机构最佳口碑评选之际,建设银行青岛市分行本着“金融为民”初心,积极回应市民热点诉求,并优选三位理财师为大家传道解惑,以专业精诚的服务为家庭资产保驾护航。

刘笑,建设银行青岛市分行营业部高级金融理财师,超7年的客户服务经验,服务客户上千人,名下客户资产规模达14亿元,持有AFP、CFP等资格证书,擅长为客户进行合理的家庭资产配置。

学习投资法则,结合实际情况做好资产配置

俗话说,鸡蛋不要放到同一个篮子里,说的就是分散投资。我们在做资产配置的时候可以参考“4321投资法则”,它是人们在长期的理财规划中总结出的投资定律。

4321分别对应不同资产的配置比例,40%用于财富增值:这部分资金可投资股票、基金等相对收益较高的资产,也可以选择开放式的基金定投。同时结合生命周期,年轻客群承受风险能力强,高



刘笑

梁德洁

孙桂霞

风险产品比例配置相对较高,随着年龄的增长提高低风险产品的投资比例;30%用于衣食住行:就是通常所说的生活备用金,按照家庭每月的基本开销来计算,一般需要准备3-6个月的钱;20%用于储蓄备用:可以放入流动性较强的按日理财中,方便随取随用,用于生活中的突发情况;10%用于保险:这笔资产用于保险规划,用于人生风险管理,主要用来预防家庭顶梁柱可能遇到的意外情况。

因为每个家庭的情况不同,如果一味地按照投资法则来确定比例,会出现不合理的状态。在实际进行资产配置时,我们要融会贯通,根据实际需求和情况,拟定自己的资产配置方案。怎么制定个性化的资产配置攻略呢?快来找我聊聊吧。

梁德洁,担任建设银行青岛香港东路支行客户经理8年,管理资产规模4亿元,AFP持证者。擅长通过合理的资产配置,用心为客户提供多样化的投资理财选择,提高投资收益,同时控制风险,保障客户权益。

资产配置是开启财富之门的钥匙

本着以客户为中心的出发点,具体资产配置策略包括个人储蓄、个人投资理财、家族信托等多方面内容。在个人储蓄方面,建议客户将一部分存入定期存款,同时保留一部分资金在活期存款中,以备日常开支和应急需要。在个人投资产品方面,可选择理财产品、基金、保险、黄金等,根据自身的资金状况、

市场情况和风险偏好等多因素,制定具体的资产配置比例。家族信托以家庭财富的保护、传承和管理为主要信托目的,旨在为客户提供全方位的金融服务,并将持续优化和完善资产配置方案,以顺应市场环境变化、满足客户需求,从而实现资产安全性和收益性的平衡。

孙桂霞,担任建设银行青岛北京东路支行客户经理16年,先后取得了“市分行先进工作者”“市分行个人类有效客户拓展奖”“市分行巾帼建功标兵”“优秀理财师奖”“存款营销先锋奖”等荣誉称号。

认知指导行动,树立资产配置的理念是第一步

关于资产配置,孙经理这样推荐,首先,需要明确投资目标。这样有助于选择合适的投资策略和资产配置。其次了解自己的风险承受能力,从而进行有效资产配置。根据投资目标和风险承受能力,设定不同资产类别的比例。

常见的资产类别包括股票、基金、理财、定期存款和其他投资。在确定了资产配置比例后,考虑产品的费用、流动性、历史业绩等因素选择产品。资产配置是一个长期过程,需要耐心和毅力。在市场波动时,不要因为短期波动而频繁调整资产配置。保持长期投资视角,坚持自己的投资策略,才能实现理想的投资收益。

立足三大创新

平安社区网格模式助力破解存续客户经营难题

日前,中国平安人寿保险股份有限公司(以下简称“平安人寿”或“公司”)在深圳举办社区网格渠道(以下简称“社区网格”)媒体交流会,对社区网格的成立背景、模式创新进行详细介绍。平安人寿党委书记、董事长杨铮,平安人寿副总经理兼线上营销事业部总经理王国平,平安人寿线上营销事业部客户经营部总监李冠如等出席本次活动,并与现场媒体展开交流。

据了解,社区网格渠道作为平安寿险改革“4渠道+3产品”核心战略的重要渠道之一,定位于为平安3000万存续客户提供持续的高质量服务。“社区网格模式的初心是为了让客户体验更好、服务品质更高,是平安人寿响应国家及监管号召,践行高质量发展的重要举措。”杨铮在活动现场表示。

从客户需求出发,创新探索社区网格化模式

党的二十大报告为新时代新征程的金融工作指明了前进方向。深刻领会金融工作的政治性和人民性,对保险公司而言,就是要聚焦客户的痛点、需求,以人民为中心开展各项工作。寿险业历经三十年发展,早期依靠人海战术粗放式扩张的积弊逐步显现,其中就包括离职代理人存续客户的经营难题。业内一般会吧存续客户的保单转交给新的保险代理人跟进,但代理人频繁更换,或者新的

代理人并不了解客户情况,都有可能导致客户的体验下降、满意度下滑。

杨铮表示,为破解离职代理人存续客户经营难题,平安人寿立足“金融为民”初心,本着“复杂事情简单做、简单事情重复做、重复事情标准做、标准事情坚持做”的经营文化,参考借鉴国内外经验,创新探索出社区网格模式。该模式根据存续客户所在的地域,按行政区划分“网格”单元,在网格内科学配置相应数量的专员,做到100%覆盖存续客户,线上线下协同经营,从而让客户享受到及时、专业、持续的服务。

三大创新,平安社区网格渠道率先破局

据王国平介绍,社区网格渠道聚焦客户服务与队伍建设,用三大创新构筑平安社区网格模式。一是存续客户服务模式创新。社区网格模式借鉴中国城市治理中的“社区网格化”基层治理方式,盘客户、划网格、设网点、配队伍,建立了网格专员与存续客户一对一匹配的服务关系,以持续提供服务,并严格落实“先深度服务,再精准销售”的原则,实施四步渐进式深度经营,即“4-sell”模式。二是队伍用工模式创新。平安人寿主动探索合同制、代理制双轨制的用工模式,为网格队伍提供五险一金等福利保障,建立起一支擅服务、懂产品的专业、职业、稳定的高素质精英队伍,为从业者构建

有保障、有发展的职业发展路径,为客户提供高质量、可持续、有温度的服务。同时,平安人寿严把招募筛选关,通过平安自主开发的数字化“8Q+TEL”能力测评体系选拔培养高素质人才。这一模式不仅有助于提升队伍的稳定性,也符合行业高质量发展方向。

三是数字化管理模式创新。社区网格模式依托数字化经营管理平台,致力于实现对客户的贴心服务和专员队伍的全面赋能。基于平安强大的科技能力,社区网格以经营智慧化、管理数字化为目标,为每位专员配置一台专属平板电脑,通过自主研发的核心经营平台——“优格APP”,实现招募、培训、客户服务等环节的线上化,构建出一套完整的数字化活动量管理体系,贯穿于专员对客户服务的各个环节,形成管理闭环。

随着时代的变迁、市场环境的变化,以及客户年龄的增长,存续客户的保障需求也正在发生深刻变化。社区网格渠道通过线上线下联合经营,力争想在客户之前,以四步渐进式的营销策略,丰富服务内涵,满足客户差异化的需求。

据介绍,平安社区网格已形成了标准化的、全生命周期的服务体系,凭借“线下专员主导+线上坐席辅助”的创新模式,实施“4-sell”,即建联加微(pre-sell)、服务续收(soft-sell)、综拓推荐(cross-sell)、加保销售(up-sell)四步渐进式社区深耕经营,探索出一套可持续

的服务新模式。同时,依托平安集团医疗健康生态圈,通过“保险+医疗健康”“保险+居家养老”“保险+高端康养”,为有需求的客户完善保障,提供差异化服务,实现客户价值的突破。

经营成效渐显,为多方创造更大价值

在保险行业转入存量与增量客户并重的关键阶段,平安人寿率先将存续客户独立化专属经营,社区网格模式实现从0到1的试点突破,从1到10的模式迭代,从10到N的全面铺设和高速发展。

经过一年半的试点和推广,社区网格渠道已覆盖全国51个城市,在队伍发展方面,平安人寿吸引约10000名年轻化、高素质精英加盟;在客户服务方面,网格模式获得广泛好评,客户满意度高达99.8%;在公司经营方面,存续客户13个月保单继续率比模式铺设前提升超14个百分点。高继续率反映出平安人寿社区网格在服务质量和专业化方面的表现较过去改善明显,发展更可持续。

平安人寿表示,未来,公司将继续坚持以人民为中心,以客户需求为导向,通过社区网格化模式助力提升广大存续客户的获得感、幸福感、安全感,为行业健康、可持续发展的高质量发展增添助力。平安人寿也号召各界英才加入平安人寿社区网格队伍,汇聚金融力量,构筑美好生活,共同为客户带来“省心、省时、又省钱”的美好体验。