

精英团队最新升级

作为中原金融市场上理财业务的“领头羊”，中国光大银行郑州分行自2005年在业内首家推出“阳光理财节”活动，迄今为止已经连续举办了5届。而今年的“阳光理财节”却给了众多客户完全不同的一种感觉。

在当日理财节的开幕大戏——投资理财高端讲座中，光大银行没有给到场的投资者们讲解资本市场的操作战略，而是特邀业内著名专家给客户作了一场“投资心理及基于投资心理的投资策略”讲座，让客户在颇感意外之后，又立即明白了光大银行的良苦用心。

张幸鸽告诉记者：“在2008年单边下跌的资本市场行情下，不少银行出现了零收益甚至负收益的理财产品，不少投资者因此蒙受亏损。因此，负责任的银行一定要讲求‘把合适的产品卖给合适的投资者’，特别是目前市场逐步回暖的阶段，更要讲求理性的投资心理。这也是我们筹办此次活动的初衷。”

变化显然不止于此。

以往每届理财节期间，大力宣传的都是理财经理。但今年的理财节，光大银行却将理财团队进行了重新包装，隆重推出了投资理财团队、薪资筹划团队、财富管理团队、出国金融团队以及融资助业团队等五大精英团队。22名团队成员全部拥有AFP或CFP理财师资格，5名团队长更是相关领域的资深专家。

“精英团队制度是一个全新的团队建设机制，将过去单打独斗的理财经理根据个人专长和爱好进行整理组合，打造一个更加精英化和专业化的理财团队，从而给客户提供更精细化的理财服务。”

客户需求全新细分

近几年来，伴随着居民财富的不断积累，对金融服务的需求也不断提高，从传统的储蓄业务到个人理财，再到差异化、个性化的个人金融理财系列服务，以及面对高端人群的财富管理业务，在中国银行业内，一场没有硝烟的“战争”正在升级。

自2007年以来，省会各家商业银行纷纷加强零售业务发展，并根据客户层次的不同进行基础理财服务、财富管理服务、私人银行服务的细分对待。而中国光大银行郑州分行始终引领着国内金融理财领域最新锐的理念。本届理财节推出的精英理财团队服务，即是针对客户群体的进一步细分。

“零售业务进行客户细分是大势所趋，但客户细分后还有一个分层服务的问题。不同客户的需求是不同的，我们在基于过去已经进行的客户细分基础上，推出精英理财团队，其实是站在客户需求的角度考虑的市场竞争需求。”张幸鸽坦言。

举一个简单的例子，有两个同样拥有500万元资产的客户。一个的资产是作企业挣来的，而另一个是中彩票获得的。那么这两个人对于财富管理的需求肯定是不一样的。

“前者的需求可能更多是融资助业方面，那么就可以让融资助业团队为他服务。而后者的需求可能更多是财富管理方面，就可以让财富管理团队为他服务。这就是银行能够提供的更差异化的服务的内涵。”

张幸鸽 张弛有度厚积「厚」发



作为光大银行郑州分行零售部的总经理，张幸鸽所服务的客户群体数量为120万人——也就是说每7个郑州人中就有一个是她的客户。张幸鸽的忙碌与压力可想而知。面对如此紧张的工作节奏，她却神采奕奕，笑容满面，看不出丝毫的倦怠。

“零售业务是一项极其庞杂和细致的工作，处处充满了挑战。虽然在业务发展过程中，我曾面临过许多艰难和困境，但一路走来，我也收获了很多意想不到的东西。如果要找一样事物来比喻零售业务的发展，我想，就像是长征。”拥有近20年银行从业经历的张幸鸽谈起零售业务时，眼中流露出自信而睿智的神采。 晚报记者 来从文 首席记者 贾俊生/图

公私联动新战略

伴随着零售业务领域的竞争加剧，商业银行在产品和服务等方面的同质化倾向日益严重。张幸鸽认为，在这样的背景下，利用“公私联动”的优势，在对公业务作为支撑的基础上，大力“深耕细作”，将成为零售业务取得长足发展的基础。

“银行的公司客户中是有零售业务的广阔市场的。”张幸鸽说。银行的大型企业客户，多数是效益较好的企业。收入都相对较高，而他们本身也有着较强的理财需求。因此，利用对公业务搭建的平台，零售业务紧随其后跟进，已经成为发展的一项重要战略。

“在公私联动方面，银行可以将公司客户中蕴涵的零售银行的能量和资源转化出来，以代发工资、信用卡等服务为切入点，扩充基础客户，同时加大交叉营销力度，向公司高级管

理人员进行贵宾理财业务的营销宣传，扩大贵宾客户群体。”张幸鸽表示。

据悉，依托在对公业务领域的良好基础，光大银行大力推进公私联动，通过公司银行业务与零售银行业务相结合，开展交叉销售，推动零售银行、代发工资、公司卡、贵宾理财等业务的开展。

张幸鸽介绍，目前在省内不少大型企业，光大银行实行的就是这种“公私联动”的战略。不过，她同时也表示，由于企业性质、规模等方面的不同，这种“公私联动”战略也需要零售业务不断进行创新，以满足不同的需求。

“光大银行的阳光理财业务一直以创新享誉同业。我们将针对不同市场零售客户需求，设计不同特点的金融产品，并提供针对零售客户需求的综合金融业务。”谈到这里，张幸鸽自信之情溢于言表。

信任关系新理念

零售业务客户群体数量庞大，并且千差万别，在这样的背景下对于商业银行的客户经理自然就提出了一个颇难解决的问题——如何才能获取客户的充分信任。

“我们知道，任何一个家庭的理财投资者必须要建立一个合理的基础之上。特别是当资本市场动荡之时，更要求讲究资产的合理配置。如果此时理财经理不清楚客户的家庭资产状况，那做出的建议很可能就会误导客户。”张幸鸽说。

但现阶段，要想完全取得客户信任，特别是高端客户的信任，显然不是一蹴而就的。光大银行一家支行的理财经理就告诉记者，“要完全取得客户的信任需要一个过程，我自己就曾经经历过这样的事。我的一个客户，一直像管家一样跟踪服务了三年才取得了他的信任。”

曾经作为支行行长的张幸鸽，深谙与客户相处之道。她表示，在零售业务领域，要完全取得客户的信任的确是一件比较困难的事情，但也并非完全遥不可及。建立与客户信任关系，是需要理财经理用自己的个人魅力去征服客户，这就对银行理财经理提出了更高的要求。

“在零售业务发展初期，吸引客户的是银行的理财产品和服务，那么当各家银行都在激烈竞争零售业务资源时，能够留住客户的就是理财经理与客户之间的信任关系。只有建立起这种长期的信任关系，让客户对理财经理形成一种依赖，才能保证客户对银行的忠诚度。”

精品服务新模式

作为一名从最基层一步步打拼出来的老总，张幸鸽十分清楚客户的需求点在什么地方。于是，结合今年光大银行总行提出的“阳光服务年”契机，张幸鸽在零售业务领域大力推行精品服务。

“在各家银行都向零售业务转型的过程中，产品可以同质化、硬件可以同质化，但唯一不能够同质化的就是服务。”对于银行的服务，张幸鸽有着独到的认识，“优秀银行的服务是一个需要长期积累才能完成的长期工程，这个过程虽然可能是艰辛的，但效果却可能是出人意料。”

“除了从营业环境上作出调整，给客户留下良好的第一印象外。光大银行还通过不断推出新产品，从服务流程上提高了效率。”张幸鸽告诉记者。

近几年来，光大银行在业务产品创新方面表现突出，阳光理财、短期融资券、工程机械按揭贷款、代理财政国库支付业务、企业年金等创新业务蓬勃发展，已经在业界和客户中树立了创新银行的良好品牌形象。

“有了丰富的产品线，只是手中多了子弹，并不说明你有了强劲的战斗力的，还要有优质、规范、专业的服务和快捷高效的业务处理能力。”谈及对服务的认知，张幸鸽表示，光大银行阳光服务年的口号是“阳光在心，服务在行”。只有将客户当成知心朋友，把自己当成银行对外服务的名片，才能全心全意为客户服务。

张幸鸽介绍，光大银行也以2009年“阳光服务年”为新的起点，力争用三年时间完善和塑造专业高效的服务品牌，建设服务规范、高效，客户满意度高的现代化商业银行。

华泰证券
HUATAI SECURITIES
您值得信赖的理财专家

紫金理财
ZIJIN LI CAI
您值得信赖的理财专家

风雨同舟 共创辉煌

华泰紫金大讲堂全国巡讲月活动 6月28日在郑州举行，由华泰证券金牌分析师和南方基金公司明星基金经理与您共享理财之道，欢迎垂询。

华泰证券夏季优惠活动：

开户优惠，有 相送；基金申购，明折明扣。

资产30万即可成为 卡户，享受“一对一”理财咨询服务。

华泰证券恭候您

中投证券
China Jiayin Investment Securities

中投证券

● “财富人生 触‘手’可及”

新版“金中投手机证券系统”现已成功推出，公司针对客户需求，升级完善了手机证券系统，手机型号覆盖面更广、功能更强大，交易更快捷。

● 从6月6日起，中投证券将对原超强版行情进行全面系统升级，升级为“金中投V6”版，新增“闪电下单”、“分级资讯”、“打印对账单”等功能，交易通道更快捷、交易习惯更加人性化。

● IPO新股发行开闸在即，桂林三金将于6月29日公开发行，据测算，中小板新股申购的中签率将提升10倍左右，为投资者资产避险同时增加收益的更佳选择。

客服热线：400-600-8008

郑州伊河路营业部
地址：郑州伊河路104号
电话：0371-67943690
67421650

郑州纬五路营业部
地址：郑州纬五路66号
电话：0371-65688178
65688186

中投证券股民学校，是您财富的起点，选择的终点！