

关于《财富管理与私人银行专题报告》，界界已经为大家推送了2期内容：

1. 最新行研报告出炉 | 为你说透财富管理与私人银行！
2. 6大维度，带你看清财富管理与私人银行的经营部署！

本期收官篇，我们将带大家了解——商业银行财富管理与私人银行营销与运营实践，马上来get吧！



招商银行用户成长等级及对应客户资产分级

### 客户全生命周期运营

在客户获取、提升、转化、留存到召回整个生命周期中，总结各主要商业银行的运营做法，主要体现在老客荐新、资产提升、专门的资产配置，手机银行用户等级、客户资产等级和权益运营体系，以及召回或唤醒沉睡客户。



## “资产配置”活动

指引导客户体验和进行资产配置的活动运营。主要分为几类：

### □ 任务体验类活动

如招商银行一网通登录的实名认证用户，完成指定的三个任务：可参与抽取不等价值黄金红包。

### □ 资产配置达标活动

如招商银行的资产配置达标客户可参与抽取黄金红包和手机银行掌上商城的0元兑换苹果手机等。

### □ 资产配置优化活动

平安银行要求客户在活动页面购买推荐的理财产品，且金额不少于10000元，并同时从他行转入资产不少于1000元，即达标可获得活动权益。



## 理财体验活动

主要是针对理财新户开展的理财体验活动：

一是以奖励“满减券”的方式鼓励客户体验产品。

二是奖励的基金体验红包购买基金。

三是体验推荐的活动/权益/服务并写点评获得奖励。

### 财富季/理财季活动

“财富季” “理财季” 等活动开展内容主要包括几类：

一是发放投资理财申赎费、贷款息费折扣券等权益，实现进一步推广。

二是通过线上直播、线下网点开展投资者教育相关活动。

三是以游戏等形式提升客户参与活动的趣味性，过程中提升理财知识。



## □ 财富类营销活动权益

如建设银行在在财富季营销活动中将 CC豆作为权益奖励，“CC豆”是贯穿建行整个“财富季”的积分体系；客户获得的“CC豆”可兑换其他权益。

## 权益运营

### □ 以手机银行为阵地构建权益专区

目前，商业银行依托手机银行构建权益专区主要分为三种类型：

一是依托手机银行财富专区下的贵宾专区、私人银行专区等，专区内为财富客户和私人银行客户提供专属权益。如平安银行有“万橙俱乐部”，即持有资产超过万元以上的客户可享有俱乐部内权益。如下图所示。



## 招商银行“M+”用户成长等级权益（示例）

### □ 主要权益内容和类型

#### （1）金融类权益

一是金融服务减免费优惠。如减免转账汇款手续费、减免异地存取款手续费；二是专属类权益。如持有资产达标的客户可享有专属理财经理、专属金融产品。三是其他个性化服务。如客户根据偏好选择卡号后六位数等。

#### （2）高端增值服务与权益

一是出行、健康、运动、教育、品质提升等方面增值服务或权益。二是私人银行用户家庭经营和个人偏好等方面权益。如子女留学和财商教育、宠物洗澡。三是境外服务权益。包括境外机场贵宾厅和接送服务等、全球私人银行中心商务洽谈室等。

## 内容运营

依托手机银行，主要商业银行建设多种形式的内容专区，为手机银行用户和借记卡用户提供投资理财知识和财商教育。

### 各银行内容运营方式和特点

#### □ 设立专门的内容专区

体现为手机银行内专门的“社区”、“直播间”“理财研习社”“财富课堂”“聊基室”，以及开放式财富平台的外部机构构建的资讯直播专区等。



## □ 内容涵盖行业内专业知识

内容包括来自权威媒体的宏观资讯、专业资产管理机构的市场解读、资产配置策略、财富管理知识、不同类投资产品分析解读等；其中招商银行在“社区”专区有“机构说”专栏，分享各机构对市场、基金产品等的分析和解读。

## □ 视频成为重要形式

内容除文本呈现，视频直播成为重要呈现方式。多家银行开设了本行的直播间，如招商银行“小招直播间”，设有固定的直播栏目，其中部分栏目由各地分行运营。



DE  
发展建议

最后，是商业银行财富管理与私人银行发展建议：

- 1.提升资产配置能力
- 2.优化客户理财产品配置结构
- 3.形成以产品代销为主的理财产品货架
- 4.加强产品净值化后的风险管理和投资者教育
- 5.构建数字化运营模式
- 6.形成基于客户价值最大化的综合服务体系