



# WMA 財富管理顧問課程

WMA (Wealth Management Advisor)

## 【運用邏輯架構與資訊分析，提供解決方案】

啓富達國際 總經理 趙靜芬

<http://www.cfd.tw>

### 說個好故事，打動客戶心？真實性如何？

幾個穿着時尚的女子，正興奮著展示剛購買的當季新款名牌包包，噁噁喳喳的聲音，讓我目光不得不轉移到她們身上，其中一位綁着馬尾的女人說“我最近去銀行，理專推薦我買一檔精品基金，就是投資我們喜愛的牌子—PRADA、Hermes、Coach，理專說：「只要投資精品基金，日後我們買名牌包包，就是在替我們自己累積獲利啦！」所以，以後我更可以大方的買，更理直氣壯跟老公說：我買包包是在累積我所投資基金的獲利。

乍聽之下，蠻吸引人的，尤其是對這些崇尚名牌的貴婦而言，可以隨時擁有最新時尚，同時又是可以投資她們所熟悉時尚精品的這些公司來致富，所以個個眼睛都為之一亮。

市面上有一本書是專為金融從業人員寫的，書名為「說故事銷售金融商品」，其主要內容是教理專、業務員賣金融商品時，可以「說個好故事，打動客戶心」，不禁令人感到困惑，卻也應驗一句話“行銷不用專業”，只要能言善道，把包裝好的商品賣出去就好；另外坊間也仍有一些理專、業務員其對本身所銷售的產品都不夠瞭解，對產品特色也完全搞不清楚，甚至傳達錯誤的資訊給客戶，擺明着只是一個在賣商品的推銷員。

以精品基金為例，投資訴求往往在全球富豪增加，新興市場國家崛起，引爆奢華消費風潮，追求個人時尚成爲一種流行，未來獲利無窮等字眼來吸引投資人，但事實上投資股票基金是投

資企業獲利的預期，而企業獲利又與景氣有關，所以精品基金表現與全球經濟景氣是有連動的，當全球景氣趨緩，消費者購買名牌的意願就會降低，這些精品時尚公司的獲利也會受到牽動，公司股價先跌再說。

如果未來碰到一些理專、業務員在銷售時，一昧的只是「說故事，賣基金」，而不懂國際市場、金融趨勢變化，最好多觀察多評估理專、業務員所說的真實性，並且要看緊您的荷包，因為如果您都不在乎你的錢，別人又怎麼會在乎？

