

第二章 期货市场营销

第一节 期货市场营销发展及演变

简单营销阶段

第一阶段：这个时期，期货公司以上市品种为导向，设立营业机构，采用现代广告和促销方式，推行“微笑”服务为主要手段。

第二阶段：从简单的采用营销方法到广泛运用营销思想的转变，市场细分和企业定位是期货公司研究的重点。

第三阶段：营销体系的建设，产品营销、品牌营销、定位营销、服务营销、整合营销等等。加强对营销环境的调研和分析，整合企业的所有资源，培养企业的核心竞争能力，通过产品流程管理的创新，谋求创立和保持与客户之间长期的合作关系，实现企业战略。

期货公司营销发展三个阶段

第一个阶段 简单营销阶段。

特点是期货公司主要通过组织架构的建设，争取政策资源，实现期货公司的经营扩张。如营业部的扩张、如总部的各种组织架构的建设，高薪聘人才。

期货公司的经营主要是以总部加营业部多级分支机构的通道式的营销服务体系来完成自己的中介服务。

业务扩张主要是业务部门新市场的开发速度，高于存量市场的消亡速度。

缺乏成熟、统一、专业的管理平台，加上各级管理层管理水平的差异，员工专业技能的不同，导致期货公司的营销服务能力、技术支持能力、风险管理能力都有不足，期货公司营销发展是一个比较粗放的阶段。

第二个阶段，期货公司的营销发展阶段。

市场细分、企业定位是期货公司的研究重点，逐渐认识到区域之间的差异，市场的特点、自己的特色，以及各自不同的组织架构和人员结构形成的差异化的特点，各自集中力量做好自己领先的领域，争取在该领域成为客户心目中最佳的选择。

形成了居间人公司的模式，形成了开发产业链的模式，全国市场开拓或区域化，各自形成了不同的模式，深圳公司必须走全国模式，广东不是产业聚集地，不走向全国一定是小公司；浙江区域做好，民营资本、产业非常聚集的区域，就能全国排前。

特点期货公司不仅只看重于营销服务的设施、环境、产品的研发更新，还通过主动营销手段，挖掘市场需求，实现产品可视化的转变，建立统一的产品管理体系，使产品快速有效的推送到客户面前，进行客户细分、差异化和个性化并存，实现精细的服务。期货公司营销需要战略、特点、专业，大部分期货公司在目前环境竞争中，都处在第二阶段。

第三阶段，整体营销阶段。

整体营销阶段，针对某个客户，不再是产品营销，是利用系统、利用公司自己研发的系统真正能够实现对客户的个性化服务，客户真正感受到公司服务体系建设的价值，认同价值提升费率。希望建立战略合作伙伴关系，融入到公司核心的客户圈子。

进入第三个阶段，根据服务能力，针对客户真正的需求，来定制公司对每个客户不同的服务，

这个阶段的服务是一个系统工程，包括组织架构怎么适应这种阶段，营业方式的建设和，各种体制方式考核方式和建设，怎样达到来发挥市场功能，满足市场需求为中心，公司的前台、中台、后台怎样有组织、系统、纵向、横向全面为市场营销服务，需要期货公司不断去追求。

“期货市场营销”三个要点

要点一：以需求为基础

期货公司必须面对市场，了解市场需求，了解同业，通过营销有特色、更专业的产品来满足目标客户的需求，并在长期的经营中与客户建立和发展良好的关系。

要点二：注重过程管理

期货公司必须注重对营销过程，通过分析、计划、实施、控制、创新、服务来提高营销的总体水平。

要点三：明确目标导向

期货公司必须注重营销的社会性，兼顾投资者和社会整体利益。

公司营销的战略目标，不只是简单的推销，赚取利润。而是实现期货市场功能，满足投资者的市场需求。

当前经济形势下，中国期货市场的营销机会：

——全球金融危机的演变

——期货在中国投资类市场中的地位

期货市场的“四个感受”

期货市场功能在危机中得到彰显

具有中国特色的监管体制对行业的保护

产业与金融资本对期货的关注

周边各类金融机构对期货市场的全面接收与开放——期货市场良性生态链的形成
中国期货市场的“三个机会”

交易所品种进一步创新的机会

期货公司发展的机会

市场的机会

第二节 期货业发展趋势

1、从营销模式上创新——整合营销

所谓整合营销，即是以满足客户需求为目标，

通过对各个部门进行协调，

将期货公司的各项经营管理职能和资源进行系统整合。

与以产品为中心的传统营销模式不同，它是以客户为中心的新型营销模式。

对于期货公司来讲，整合营销主要包含两方面的内容：

一方面，通过流程化管理，将与满足客户需求相关的各项管理职能，

统一纳入到营销活动的范围之内，并由营销部门统一调配。

这样可以突破职能化管理的条条框框，

减少因部门界限带来的分工不清、对接点不明等带来的低效。

另一方面，将各级营销机构、营销人员所承担的营销职能进行整合，

并按职能类别进行重新分工和岗位配置，实现营销相关岗位的专业化。

目前，大部分期货公司的营销人员不但要承担销售职能，

还要承担市场调研、活动策划、客户服务等多项职能，

这就对营销人员在精力和能力要求很高，

如果营销人员在某一环节不能胜任的话，

最终就可能会影响整个营销效果，

而通过整合后进行重新分工，

可以有效地提高各营销环节的专业化水平和效率。

整合营销后期货公司总部与营业部的功能划分

整合营销后，

总部层面应统一负责市场调研与分析、

市场推广、品牌与宣传以及常规客户服务等，

并完成公司营销战略、年度营销计划等工作，

并指导各营业部完成区域内的市场推广活动；

营业部层面应重点负责销售，

同时配合总部层面的市场调研与分析、品牌与推广以及常规客户服务等，并根据具体情况，组织一些个性化的市场推介活动以及客户服务工作。

同时，总部和营业部通过规范的流程实现市场信息的流动和传递。

从营销策略上创新——品牌营销

品牌已成为金融业的主要竞争点，对于同质化严重的期货行业来讲，更是如此。由于期货公司提供的服务几乎无差别，客户在选择期货公司时，主要关注的是企业知名度，也就是品牌认知度。从本质上来讲，品牌营销就是通过向潜在客户群——传播公司的信息、价值、文化等，树立公司特定品牌形象，实现对潜在客户的优质产品或服务承诺，进而获得一定数量的客户。与传统营销的不同在于，品牌营销具有长效性，需要企业长期的投入，但是一旦形成品牌效应，企业也将获得长期收益。

3、从营销渠道上创新——网络营销

信息技术的发展，不但带来了期货交易方式的改变，对营销渠道的拓展也带来了巨大影响，越来越多的投资者开始习惯于通过网络寻找期货经纪公司，因此，网络营销将成为期货公司未来进行业务拓展的重要渠道。目前，已有部分期货公司在网络营销方面取得良好的业绩。据证券时报报道，湖北美尔雅期货公司 2003 年开始尝试网络营销，目前网络事业部已成为公司业务排名靠前的部门，其客户数量、保证金水平、手续费收入等业务指标增长较快。月度统计，平均每月 200 多的新开客户中，40%-50%来自网络开发。而在沿海金融发达城市的综合类期货公司中，中国国际期货 08 年 4 月份网络业务出现爆发式增长，

开户人数同比增长 200%以上，创下公司历史新高。

此外，拥有数码期货网的上海良茂期货，

在电子商务运营上也取得良好成效，

目前通过网络开户的客户占 1/3 以上。

第三节 期货电话营销

一 什么是电话营销

电话销售是一个说服的过程；是一个介绍的过程；是一个服务的过程；也说是一个让对方接受的过程，有的强调结果，有的强调态度，有的强调主动性，严格说是一个沟通的过程。电话营销作为近几年备受企业青睐的模式，是已经被市场证明了的有效的营销模式。但是其中的苦痛也只有我们打电话一线人员才知道。

注意个人的仪表，这是建立自信心的基础。

- ◆准备好笔记本
- ◆注意坐姿
- ◆声音中要带笑，增加亲切感
- ◆赢得注意的开场白要简单有力
- ◆运用礼貌用语

二 确定目标客

1. 企业（套保 投机）2. 个人投资者 3.（股民 期民）居间人

2. 确定目标客户的方法

- ❖ 网络大搜索
- ❖ 其他行业的业务人员
- ❖ 电视，杂志
- ❖ 亲戚朋友的介绍
- ❖ 客户的介绍
- ❖ 生活中的任何地点的陌生人

3. 电话拜访时间

通常来说，人们拨打销售电话的时间是在早上 9-11:30, 下午 13: 30-16: 30。所以，你每天也可以在这个时段腾出时间来做电话推销。

三. 电话营销前的准备

1. 让客户对我们提问才能了解他的心态，设想客户可能会提到的问题并做好准备。给客户打电话时，客户也会向你提问一些问题。所以明确客户可能提问一些什么问题，

而且应该事先就知道怎么去回答。把客户可能经常问到的问题做成一个工作帮助表，客户问到这些问题时，你可以记一下，回头大家讨论怎么回答最合适

2. 关于客户信息的收集，企业要知道它的生产规模，主要原材料和成品，地理位置，历史发展等，最好知道老总的姓名和爱好。有效的销售准备，我们要在打电话之前做足准备工作，针对你所打电话客户的人员进行摸底，了解的越详细越好，仅知道一个号码，是不足以支撑电话营销的，要有好的成效，一定要在事前做好完善的规划。

四. 开场白

我们来说，开场白能否引起客户的兴趣，决定着电话沟通的顺畅程度。因此，设计出一套客户愿意听下去的沟通方案，成为电话销售成功的关键。下面就列举一些电话中经常用到的开场白。

1. 您好，请问是王总吗？王总，请问您想做商品投资吗？

我们得到的答复是“噢，我不想做”那后面的工作就比较难做了（失败的开场白）

2. 在面对一个陌生客户前，我们的任何目的地都不能太明显，让客户产生抗拒心里，要换个角度“王总，目前商品价格像 XX 价格等大幅度上涨，不知道王总您是怎么看的，您认为目前的机会是否可以呢？

3. 王总，您好，打扰您了，我是苏物期货公司的，最近我们公司 will 举办一次针对广大企业如何利用期货市场来规避现货价格波动从而减少风险的专题讲座。我想邀请王总您到时能够参加。

4. 您好，是王总吗？我是 XX，王总，你朋友介绍说您企业可能对铜这块价格的波动比较敏感，想从多方面及时了解铜价，王总您对现货的了解和我们的专业知识结合起来对您企业是非常有帮助的

5. 请问是陈总吗？您好。我是苏物期货公司的，我姓*，第一次打电话给您，希望没有给您带来不便。（不忙的话）是这样的....

但是接电话的不一定都是老板本人，在其他的人接电话的时候怎么说。

❖ **老板、主管篇**——管理阶层：您好，请接△△△，麻烦您谢谢！老板：请问有什么事吗？我有重要的事请教他，我姓 xx，麻烦您了，谢谢

❖ 您好，我这里是苏物期货公司，我是 XX，很高兴认识您，我想您主要负责原料这一块，对价格的趋势有一定的经验，希望能和您约个时间，当面向您请教一下，也介绍一下我们公司提供的一些对企业这方面的帮助，您看明天上午还是下午方便呢？或者是您看我今天下午二点还是三点过来王总？

❖ 喂，您好！请问您是△先生（小姐）吗？您好，我是苏物期货的，我姓▽，是这样的，现在您们公司所需的原材料 xx 价格波动很大，很多公司为了在这方面能够更好的把握这个波动规律已经参与了期货保值业务，使他们的行业竞争有大幅度的提升。（您肯定有兴趣了解这个使您企业更稳健发展的方法？很好，我想，我们可以找个时间碰个面，当面向您交流下，我大概要 20 分钟就够了我想或（时间）哪一个时间，您觉得比较方便？很好，那我将在（时间），到贵公司拜访您。请问您的地址是在：是楼吗？很好，我们就约定（时间）在（地址）见，很高

兴与您交谈，谢谢，再见。

❖ **秘书篇**——穿针引线、通过秘书、不是会谈、邀约决策者——请找△△△，麻烦您谢谢

我姓△，麻烦您谢谢，我是苏物公司的麻烦您，谢谢某某先生（小姐）您贵姓，从您的声音感觉您是一位很热心的人！ 麻烦您谢谢，我是苏物公司的，我有很重要的事要跟△△△谈，能不能帮我一个忙，麻烦您谢谢！

❖ 完全不知道对方身份

您好，我是苏物期货，麻烦转接投资部！（要理直气壮）
你是哪里，找谁，我们没有投资部！那请问您们原料采购一般是哪个部门负责？
我们没有采购部，也没有投资部，只有业务部。对方挂掉了电话，失败，要不要放弃？

所以，电话销售中前 10 秒就要抓住顾客的注意力，并引发他的兴趣。30 秒内就决定了后面的命运：是结束还是继续。

电话找到老总以后通常会有几种情况，第一个一开口就说我在开会，我在忙，第二种情况说对不起，我不需要。

那第一种情况的话，我们要摆正正确的心态，比如说客户真的在开会，本来我们约了时间，我真的不是拒绝你，我们商友在等了，那我在路上，我确实不能通话，我们销售人员每天面临大量的拒绝，不要觉得客户是说慌，那不方便的时候约定下一次通话的时间，那这样的话我们约下一次的时间下一次得时候开场白会变。

第二次通话的时候就是老朋友了，我是刚才打电话的谁谁谁，那就像老朋友一样的了，这样好很多。王总，我是刚给你打过电话的小魏，刚实在不好意思打扰您了。

第二种方面开场白就是我不需要，那我们去想，第一种可能性我的开场白一定还有空间。一个人拒绝你那他肯定是听了不舒服、不高兴，不然的话他会说我考虑考虑、我们再商量、再说、改天再议，你一定要想到开场白还有空间，没有击中客户的优点，你要回到主题把产品的优点告诉他们，善于沟通的人你看还没有介绍你就拒绝我，不知道王总为什么这么反感期货投资呢？

你满足他拒绝的心情（举例子来打消顾虑点）不知道您为什么如此反感期货投资呢？是这样的，我想王总您了解一下对您我想只会有好处啊，就几分钟时间，我只是给您介绍一下，当然做不做是由您自己决定的。

电话营销中存在的机会

我们遇到的客户主要有三类

1 曾经做过的

首先是了解什么时候做过，当时是怎么做的，现在的环境，强调目前的规范，公平性，类比

2 现在正在做的

了解在什么地方做，做的怎么样，喜欢做什么品种，交流为主，约见面，如果是自己公司做的怎么处理？

3 不了解的（完全不了解的或者道听途说）

介绍为主，把他的顾虑打消，听说别人亏钱，为什么亏钱，赚钱的就没人来说了，亏钱喜欢夸大对专业的期货基础知识把握不灵活

机会中要掌握的问题

- ▲什么是期货 ▲ 怎么样套期保值
- ▲怎么操作 ▲ 怎么开户（钱怎么存）

我们的服务

免费开户（上门） 短信 专家在线 培训 经理拜访 行情研究与分析

任何时候千万不能冷场，不知道下一步怎么接手，以提问的方式，让对方发表意见

电话营销的过程中应该注意的问题

一、只有真诚的人才能赢得信任。首先，我们应该从该公司的客户群、所属行业、企业规模等因素出发，尽可能多的了解上游资源，从大形势下去与客户沟通，让客户感受到我们是专业的。其次，我们在与客户聊天的时候，去了解此人的脾气、爱好。如果此人比较忙，在你把此客户定义为准客户之后，也可以旁敲侧击，使一些甜言蜜语，从其助理或同事中去了解。我想当你了解了这些之后，对你的进攻一定会大有帮助。据说，美国总统华盛顿在约见客人之前，第一天晚上都是必须要看此人的兴趣爱好的，作为我们营销人员更应试如此。

二、给客户一个理由。

时时把握客户的需求与承受能力，了解客户的心态，才是最终成交的关键。很多时候，我们做了很多事情，也浪费了很多时间，可最终临门一脚就打歪了。

三、让客户知道像他的身份应该参与进来

人都是有从众心理的，业务人员在推荐时适时地告诉客户一些与他情况相类似或相同的企业或公司都入市了，尤其是同类和同行。这样不仅从心理上给他给震撼，而且还增强了投资欲望。根据经验，此时肯定会想实力上超过对手，以此来证明自己。

四、热情的销售员最容易成功。

不要在客户问起投资时，就说我给你发一个方案，你看一下。除非是客户时间非常紧的情况下。那也应该在前面说，实在抱歉，本来要给您介绍的，这次可能让你自己看了。让客户时时感觉你就在她身边，让她感受到你对他的关心。如果时间允许的话，就是客户没有需求，或者没有需求的客户，我们也应该真诚、热情的去接待她们，谁知道她是什么职位，她是什么背景；她没有需求，怎么知道她老公没有需求；她没有需求，怎么知道她朋友中就没有一个高职称的人吗？没错，我们应该不拿有色眼睛去主观判断，要把所有能聊起来的人当成潜在客户。

五、不要在你认为无意向的客户面前表现得自以为是。

很多我们接触到的，就是个前台文员，有时会问些非常幼稚的问题，这个时候请我们一定不要自以为是，以为自己什么都懂，把客户当成笨蛋。很多客户都不喜欢自认为很聪明的人。要是客户真的错了，机灵点儿，让他知道其他人也经常犯同样的错误，他只不过是犯了大多数人都容易犯的错误而已。很多人在家贴着做人两规则：一、老婆永远是对的；二、

即使老婆错了，也按第一条执行。在外面，在公司，只要你把词稍做修改，变成客户永远是对的，即使客户错了，那也是我们的错。肯定是一名工作出色的销售员。但不能对客户的要求都加以满足。要学会分析，以上的意思是让大家不要正面去产生冲突。

六、注意倾听客户的话，了解客户的所思所想。

有的客户有明确的要求，注意倾听客户的要求，切合客户的需求将会使销售更加顺利。反之，一味地想推销自己的，无理地打断客户的话，在客户耳边喋喋不休，十有八九会失败。

七、你能够给客户提供什么样的服务，请说给客户听，做给客户看。

客户不但希望得到你的前期服务，更希望在投资后，能够得到良好的服务，持续不断的电话，节日的问候等等，都会给客户良好的感觉。如果答应客户的事千万不要找借口拖延或不办。 比如：约了时间等

八、不要在客户面前诋毁别人。

纵然竞争对手有这样或者那样的不好，也千万不要在客户面前诋毁别人以抬高自己，这种做法非常愚蠢，往往会使客户产生逆反心理。同时不要说自己公司的坏话，在客户面前抱怨公司的种种不是，客户不会放心和一家连自己的员工都不认同的公司合作。

九、当客户无意向时，不要就此目地性太明确。

很多时候，一开始客户并没有意向，这个时候是主动撤退还是继续坚忍不拔地向他销售？比较合适的做法是以退为进，可以转换话题聊点客户感兴趣的东西，或者寻找机会再次拜访，给客户一个、心理准备过程，千万不要希望能立刻一锤定音，毕竟这样的幸运是较少的。 只要能聊的起来都要加以联系，学会分析适当的时间和话题。

十、明确为了达到目标所必须提问的问题。为了达到目标，需要得到哪些信息、提问哪些问题，这些在打电话之前必须要明确。接通电话开始就要获得更多的信息和了解客户的需求，如果不提出问题，显然是无法得到客户的信息和需求的。所以，电话销售中提问的技巧非常重要，应把需要提问的问题在打电话前就写在纸上。我们做电话营销一定要让顾客开始说话，一旦顾客愿意和你说话了，那你就成功一半了。让别人说话最好的办法莫过于问她问题了，这样才能达到共同的目的。当然不能一直是你问他答，你要想办法让顾客问你问题。如果他就是不问，你就可以让他问“您看王总，刚才我说了这么多，不知您怎么看？”。问问题时最好是选择题，这样可以增加互动性，同时也可以帮助顾客作决定，“您是不是现在说话不方便？那您看我下午三点还是五点后和您联系好”让客户选择比较不会让人拒绝。

五.电话营销--关键时刻，一锤定音

我的每一通电话不是要获得交流，而是为了获得与客户见面的机会。我们一定要牢记这些要点，深入到你的潜意识中。 大家可以把电话录音调出来听一下，找出自己语气是否和缓，语调是否抑扬顿挫，语速是否合适，是否有口头禅，表达是否明白。

电话做销售应该持续大约 3 分钟，而且应该专注于介绍你自己，你的产品，大概了解一下对方的需求，以便你给出一个很好的理由让对方愿意花费宝贵的时间和你交

谈。最重要的别忘了约定与对方见面。

帮助顾客作决定。“我想王总这个有必要当面向你介绍一下，这对您很重要，明天早上十点我过来再仔细的向您介绍吧？！”“王总您看期货投资对您来说确实非常必要，明天我把开户的协议带去您看一下，您认为合适的话我们就要提前办理好噢”，你可别小看这句话的作用更别觉得不好意思，因为这就是我们做电话营销的目的。很多人在做决定时都会征求别人的意见，而在做电话营销时除了你他不可能面对别人，所以这时你就要帮他作决定了。就像我们在购物等

六.电话营销成功的必然性

我们要拒绝一件事情很简单，可以随便找一条理由，而如果你接受一件事情就要找到让自己信服的理由。所以电话营销成功率一般不高，不会超过 3%，这是很正常的事情，不是因为我们水平不行。那是因为什么呢？

- ❖ 没有了压力也就没有动力，没有动力也就发掘不出潜力
- ❖ 每个人天生都有基本的销售能力，只是你没有销售的动力

只要你愿意，从这一刻起，你将迈向顶尖业务员之列
成功的销售方程式+坚持=顶尖业务员