

1.1.1 第三节 营销方法

如果专业性在期货公司的营销活动中得不到体现，那就无法满足客户参与市场的基本需求，市场开发活动也只能停留在广种薄收、价格竞争、靠天吃饭等粗放式的经营方式中。

股指期货时代的营销肯定不能一味沿袭商品时代的模式，其对专业化的要求会达到一个在我们看来是前所未有的高度。参与股指期货的投资者一般对投资市场都会有丰富的阅历，在挑选期货公司的时候，服务水平的高低将是一个重要的参考标准。而作为公司发展的先头部队--营销人员，就必须将本公司具有优质服务这一信息有效地传递给投资者。

（一）积极提高营销队伍的专业素质

股指期货的影响因素更多的是宏观的经济和金融政策以及现货市场的种种波动，这是在以前接触相对较少的。比较股指期货与股票而言，前者更需要对整个市场的运行规律有更为深刻的理解。此外，一定的经济、金融方面的理论知识也是必要的，它可以帮助我们科学的经济分析方法去阐述市场行为，而这也正是专业化的体现之一。

（二）组建专业化的营销团队

目前，多数期货公司的营销以个人开发为主要模式，也有多人合作的模式，但这种模式仅局限在集体活动时，并未形成专业化的分工，不能称为团队。在股指期货时代，服务会呈现多样化的演变，个人能动性的发挥肯定不如团队的互补更有效。组建一支分工明确、

专业互补、协同有效的营销团队，变“游击队”为“正规军”，肯定能提升公司的整体营销能力。

（三）细分目标市场

股指期货是个巨大的潜在市场，不同的潜在客户会有不同的需求。基金、机构投资者、个人投资者以及保险和银行类金融机构，他们的需求点是不一样的。期货公司要以细分客户群体为基础，结合公司实际，选好主战场，拟定差异化的营销策略，切合实际地推进工作，提高营销工作的有效性，同时避免开发资源的浪费。在开展市场营销前，该当充分了解方针市场的基本环境，好比市场的消费程度、客户群体的投资爱好，和客户对办事方式的要求，只有明白了客户的基本需求，才能针对其独特之处，采取有针对性的营销方法，从而大大提高市场开发的效率。在买卖营业上，营业部风控职员该当对每位客户进行跟踪，对客户成立档案，这样一方面可以给客户一些优惠，比如减低手续费、步入大户室等，提高客户的内聚力，另外一方面在出现买卖营业危害时可以提高监控效率，减低公司危害。

1.1.2 第四节 自我要求

要做好一位营业部副司理，必需做好自我定位而且对股指期货应该深刻的熟悉。如果想要成功营销这一新鲜事物，我们就该比别人更努力、愿意将挑战视为理所当然、愿意承担挫折的考验、愿意不间断的学习、愿意正视自己本身所存在的问题，包括个性和习惯。而不该

觉得再怎么都是公司在赚钱、遇到挫折马上退缩、想要好结果但是却不愿多付出、找藉口失败比找方法成功更积极、抱怨批评比赞美多、永远都不懂客户至上客户第一的真谛。我们该培养自己的交际能力，在与客户谈论问题的时候能够感觉到客户在担心什么或是最关心什么，从而能从客户最关心的地方解决问题，使他们放下忧虑，才能够创造收益。

而且我们该把课上所学的知识应用到实际当中去，遇到实际问题的时候要懂得变通，不能照搬书本上的内容。在课余时间还应该多看看有关股指期货方面的书籍，了解更多这方面的知识，只有这样，客户才会信任你，而去购买股指期货。