

共享资源 共享成长

—妥善处理期货IB业务的六大关系

2009年11月2-3日 深圳

IB业务人员期货知识培训



主要内容

- 1、期货业务的定位与认识的关系
- 2、期货直销与期货IB业务的关系
- 3、期货公司与证券营业部的考核与激励的关系
- 4、证券与期货交易风控的分工协作关系
- 5、市场推广与专业的关系
- 6、行业客户开发与投机客户开发的关系

IB业务人员期货知识培训



一、正确处理对期货业务的定位与认识的关系

期货端

- 1、券商发展期货业务的目标不是期货公司独立做大做强，而是将期货业务作为集团业务链的重要组成部分，整合资源做大做强；
- 2、重温《证券公司为期货公司提供中间介绍业务的管理办法》第二条：期货要理直气壮地推动商品期货的IB业务；在金融期货延期推出的前提下，商品期货有可为；
- 3、证券营业部没有期货业务也可以成为好业绩的营业部，尽管集团会要求他们做期货业务，但期货公司要视证券营业部为客户。

IB业务人员期货知识培训



证券端

- (1) 战线太长，略显疲态：金融期货备战证券重视，但战线太长，到现在客观上略显疲态。
- (2) 利润导向让证券营业部将期货业务边缘化：在证券业务考核压力下，证券营业部都忙着抢证券业务，期货业务容易边缘化；
- (3) 证券营业部存在着分内外、分彼此的现象：期货也是证券公司业务的有机组成部分。

证券营业部要突破思维误区：

- 1、现在的客户对商品期货不会有太多兴趣；（练兵、客户多维需求）
- 2、股指期货还没开，快开了，我们再抓紧营销；（中国足球球到眼前动）
- 3、期货风险大，别把我的股票客户搞没了；（组合投资）
- 4、我们有这么多客户，股指期货一开，自然差不到哪去；（我们的客户结构是中小客户多）
- 5、期货收入再多也到不了哪里去；股市永远这么好吗？（包袱变增长点）

我们要变被动为主动！

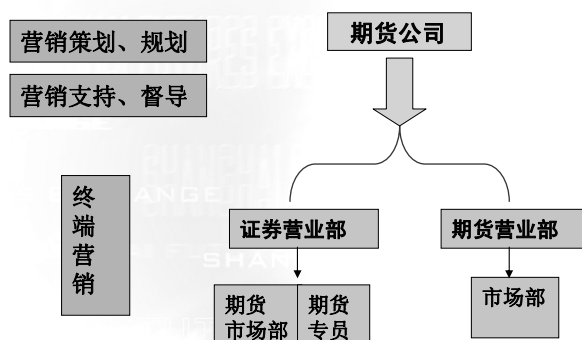
二、正确处理期货直销与期货IB业务的关系

- 1、期货直销是生存基础，IB业务是发展基础；
- 2、营销体系建设上，要立足于构建公司统一的营销平台的战略规划，实行“两条腿走路”的方针；
- 3、期货业务的营销工作要善于依托证券营业部；
- 4、直销不能伤害IB业务，与IB业务争食，要错位发展；
- 5、可以采取分区作战与联合开发相结合的方式。

IB业务人员期货知识培训



券商背景期货公司营销模式



IB业务人员期货知识培训



三、正确处理期货与证券的考核与激励的关系

- 1、争取集团将期货业务相关指标纳入证券营业部的考核指标中，正面确认证券营业部对期货业务的贡献，直接与证券营业部的绩效相关联。最好争取双向考核：对IB业务收入既全部分解到营业部认定业务收入，也全部认定为期货公司的业务收入。
- 2、争取在营业部绩效考核中，将开户数量、客户权益、市场份额、净佣金收入等指标纳入对营业部的考核。
- 3、争取将期货业务相关指标全面纳入证券营业部员工的考核指标中，IB业务的业务指标如：开户数量、客户权益、净佣金收入。

四、正确处理证券与期货交易风控的分工协作关系

- 1、期货公司对期货业务的合规、风控负总责，建议实行总部分片区或期货营业部分区负责模式，证券经纪业务部门协助督导、协调；不能指望证券端负责，出了风险还是期货公司的事；
- 2、在证券经纪业务部门设立期货IB业务营运岗，负责协助、衔接做好期货IB业务的交易风控、合规管理等后台运营工作；
- 3、在证券营业部要明确由营运总监协助期货公司做好期货业务的合规风控工作，并指定专门岗位负责。

期货公司指导跟进、证券经纪业务部门督导、证券营业部协助！

支持营业部设立期货业务部门或岗位

一方面，要加强对营业部IB业务的场地、人员等基础条件的检查验收，实行内部资格认定制度；

另一方面，对于重视期货IB业务的营业部，支持他们设立期货市场部或专职岗位发展期货业务。

IB业务人员期货知识培训



五、正确处理市场推广与专业服务的关系

- 1、期货公司承担期货培训、辅导，市场策划等市场推广的任务；
- 2、证券经纪业务部门承担期货业务营销的整合工作；
- 3、要合理区分市场推广、联合营销与专业服务，市场推广是义务，联合营销是分享，专业服务是提升。

建议期货公司对专业服务另行激励，鼓励期货专业部门与人员为证券IB业务服务，不与证券分利。

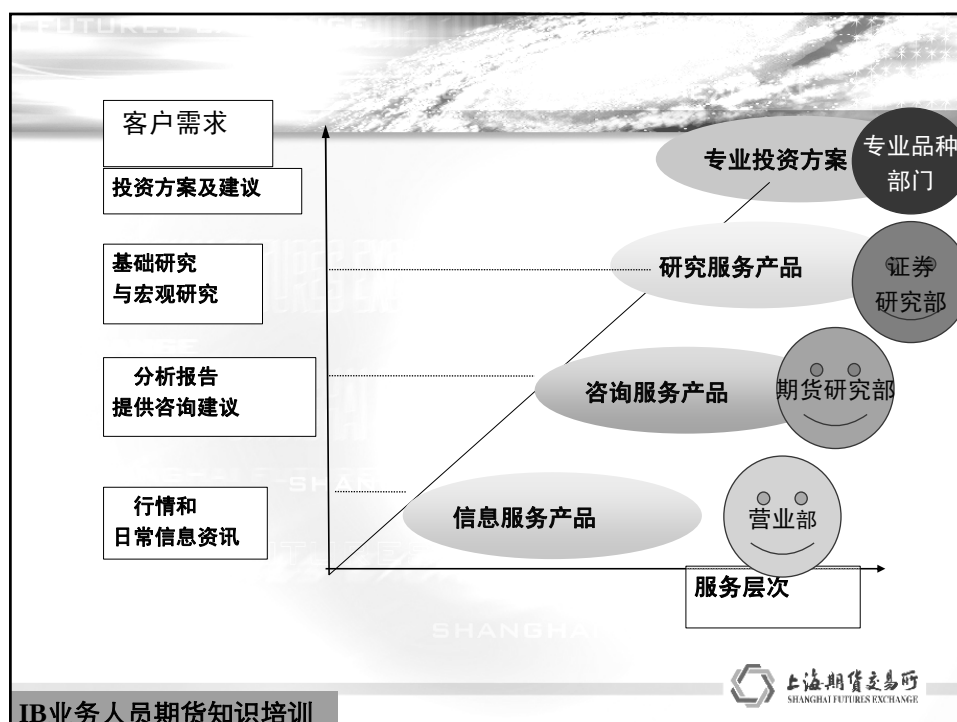
IB业务人员期货知识培训



华中区	市场推广部	IB市场一部	省内证券营业部
西部区		IB市场二部	成都、重庆、郑州、西安、新疆营业部
华东区	上海期货营业部	IB市场部	上海、杭州、南京等证券营业部
华南区	深圳营业部	IB市场部	深圳、广州、佛山、福州等证券营业部
北方区	北京营业部	IB市场部	北京、天津、大连、沈阳、哈尔滨、齐齐哈尔、大庆等证券营业部

期货业务营销协调：期货公司市场推广部
其主要职责：期货业务的营销规划、策划，营销活动组织协调、IB营销支持
IB 营销统计分析、IB营销需求受理，分区IB营销

IB业务人员期货知识培训



六、正确处理行业客户开发与投机客户开发的关系

- 1、行业客户是商品期货发展的基石，但要立足专业营销、业服务，做长线；建议由证券营业部提供线索，期货公司专业部门协助开发与服务；
- 2、投机客户是短、平、快，但是客户专业水平参差不齐，业务稳定差，日常服务事项烦琐；
- 3、商品期货日常营销重点要放在行业客户开发上，投机客户开发可通过投资报告会、操盘培训班等方式进行；
- 4、行业客户开发可实现证券与期货业务的联动，反过来促进证券投行、经纪、资产等业务的拓展；
- 5、投机客户开发可结合客户组合投资、个性化服务。

IB业务人员期货知识培训



谢 谢 !



IB业务人员期货知识培训

