



## 最佳投资者关系奖——广发基金

# 理念在服务中闪光

### 入围最佳投资者关系奖

上投摩根——

#### 优质的客户关系是战略重点

上投摩根的主要市场发展战略定位为:持续不断的投资者教育、品牌整合传播以及优质的投资者服务。

针对普通投资者缺乏理财观念和理财知识的现状,2005年,上投摩根推出的“致富100”百场理财知识讲座活动堪称同期国内最大规模的巡回理财教育活动。2006年投资者教育活动升级为“摩根基金大学”,继续秉承公司一贯宗旨,为投资者带来养老、子女教育、购房购车等与切身需求相关的市场理财信息和基金的基本投资理论及方法。“摩根基金大学”共举办超过200场讲座,现场参加人数超过2万人。2007年,上投摩根的“火炬行动”正式启航,是公司投资者理财教育宗旨的延续与升华。活动期间,上投摩根将追踪访谈公司旗下有代表性的十位基金持有人,来分享他们过去三年中的基金理财故事,揭示国内普通家庭理财文化的萌芽与兴起。

优质的客户关系一直是上投摩根公司发展的战略重点。每年公司都会进行大规模的客户满意度调查,从客户服务、品牌整体认同度、交易服务、销售管理等各方面进行数据的采集、汇总和分析,全面完整地了解企业对客户各个业务技术环节的满意程度和改进意见,为提高客户服务质量提供了更为全面的信息和科学完整的解决方案。

南方基金——

#### 关注投资者未来作为自己使命

南方基金公司今年2月份启动其“长线是金,财富之旅”计划,南方基金一些团队到投资者家中拜年,并与投资者及家庭成员们举行了一场新春座谈会,深入了解投资者的需求与体会。该活动预计将面向全国各城市全面铺开,是一项面向广大投资者的持续性的服务活动。随着基金理财迅速普及至千家万户,南方基金已将“关注投资者的未来”作为公司持续发展的责任与使命。

同时,南方基金公司还在最近开展高管与投资者面对面交流的活动,到投资者家中拜访并亲身聆听来自客户的需求和对公司的发展建议,这是南方基金管理公司今年在增进客户服务领域的新尝试。同时,这也是基金公司顺应监管部门的要求加强投资者教育的一个新的服务方式。

去年开始,资本市场的欣欣向荣和基金市场丰厚的投资收益,引发投资热情高涨,投资者踊跃购买证券投资基金,引发投资基金热潮。但是,投资者只看到了基金带来的高额回报,而忽视了基金背后的投资风险,有的甚至以住房等为抵押贷款购买基金,这就给基金市场的健康稳定发展带来了很大的隐忧。同时,南方基金认为,最佳投资者教育不仅仅是做好基金公司与客户沟通的一个桥梁,更重要的是给投资者以投资回报,这才能真正地搞好投资者关系,也是南方基金一直以来做好投资者关系的重点。



广发基金副总经理朱平 本报记者徐汇摄

#### ◆获奖感言

## 投资者教育是基金业增长关键

首先感谢上海证券报提供这样一个机会,今天的奖项虽然给的是广发基金,但也是给了我们基金行业。我认为和投资者的关系,第一是我们必须给投资者回报,更好的持续的回报;第二是要和投资者建立好的沟通关系,当然这也包括处理我们自身的形象;最后我们基金的行业和投资者也必须有一个良好的投资者看法,有一个比较好的投资心态。这样是对我们整个行业和持有人最好的回报。

虽然目前股市行情看好,赚钱的人很多,似乎我们大家都很快活,但我们投资者和持有人如果有一个更好的心态,那我们就可以更好地享受我们中国的经济增长。广

发基金将始终秉持两点精神:高度的专业能力和始终把投资者的利益放在第一位。

广发基金公司目前已经在全国举办多场的投资者交流会,把成熟的基金投资理念、投资方法通过面对面的方式传达给投资者。投资者教育成了基金业持续、快速增长的关键所在,许许多多基金营销人士都在为这一事业而努力着,他们像传教士讲解经文那样,将基金知识传播、灌输给普通百姓。只有投资者熟悉市场了解市场,才能有更美好的未来,只有让国内基金投资者日益成熟,对基金有更加深入的了解,拥有正确基金投资理念,中国的基金业才能更健康更持续地发展。

翻开广发基金管理公司的简介,首先就看到:公司秉持“专业创造价值、客户利益为上”的理念,致力成为品牌突出、信誉优良、特色鲜明的基金管理公司,为投资者谋求长期稳定的收益。这种以服务投资者为导向的理念,预示着广发基金管理公司营销工作的出发原点就是以客户服务为中心进行的。

金融产品不如消费品形象,更多体现的是一种服务,了解和信任是基金成为大众投资工具所面临的挑战,因此,客户关系管理和服务质量就显得尤其重要。2005年以来,广发基金管理公司营销开始全面转型,从以产品为中心向以客户为中心转变。

广发基金管理公司上下深有感悟:基金营销的过程伴随着长期的投资人教育的过程。从北京青年报的财富课堂、上海新闻晨报的理财月月谈、广州新快报的广发基金大讲堂,到北京、上海、广州、成都各地举办的金融博览会,从南到北都可以看到广发基金管理公司的营销人员在孜孜不倦地向广大投资者宣扬他们“投资是一种生活方式”的理念。在这一过程中,听课的“学生”们都会发现与很多公司不同的是,这些“老师”不是来卖基金的,他们更多的是向投资者介绍基金的基础知识、基金投资中经常碰到的一些误区、基金对于人生财富规划的作用、基金投资中的方法等等。

为了能与普通老百姓进行近距离沟通,除了经常在各地举办面向社会大众的基金大讲堂活动之外,广发基金管理公司的营销人员还设计了诸多平易近人、通俗易懂的课程,如“投资三绝

招”、“广发基金投资之道”、“投资基金三大纪律八项注意”,通过深入浅出、化繁为简的讲解,为基民们排忧解难,也使有些还没搞懂什么是基金的“准基民”们能够较快地掌握了解基金和了解自己的方法。

为了延伸与投资者沟通的触觉,广发基金管理公司通过各种手段、工具,以百姓喜闻乐见的方式,及时地与客户进行沟通。

广发基金管理公司对客户的服务力求及时沟通、迅速反馈,在去年5月份广发优选基金募集184亿后,持有人对这么大规模的基金有些担心,广发基金管理公司组织人员及时给投资人写了两封信进行详细分析和沟通,消除持有人的疑虑,得到了他们的认同,即使在开放赎回后广发优选也没有出现公司所担心的大规模赎回。

良好的业绩和优质的服务成为广发基金持续发展的两个引擎。广发基金管理公司人士指出,广发基金管理公司非常重视IR(投资者关系)管理,对投资者的服务是建立在公司整体平台支持的基础上的。2004年底,总经理林传辉就指出,广发基金管理公司的营销不是市场部的营销,而是全公司的营销,并把2005年定为“营销年”。从那时开始,以客户为中心的观念通过公司的组织体系开始在全公司员工中渗透,除了通过营销人员对客户经理的培训和投资者言传身教;基金经理定期在线沟通,坦言基金投资的经验、教训和感悟;后台工作人员在论坛上回答客户的提问、解答投资者的询问和疑虑等等。这些既是跟投资者进行沟通的有效途径,也是投资人教育的持续过程。

#### ◆公司简介

广发基金管理有限公司是由国内著名券商——广发证券股份有限公司等机构发起,经中国证监会批准设立的专业基金管理公司,总部设在广州,公司注册资本金1.2亿元人民币。

公司秉持“专业创造价值、客户利益为上”的理念,致力成为品牌突出、信誉优良、特色鲜明的基金管理公司,为投资者谋求长期稳定的收益。公司目前管理广发聚富、广发稳健增长、广发小盘、广发货币、广发聚丰、广发优选六只开放式基金。截至2006年12月31日,公司管理资产总规模达356.87亿元。

