

许小松谈基金营销“三合适”原则

资产管理公司专业服务的核心思想是要在合适的时机,向合适的客户推荐合适的产品

掌印国联安近一个月后,具有南方基金8年管理经验的许小松坦言,虽然“南方模式”难以复制,但国联安会吸收其良好的企业文化。近日,许小松在接受记者采访时,首次回顾了他在南方基金8年时间里所积累的经验以及对于基金行业的认识。

◎见习记者 吴晓婧 记者 王慧娟



当前,国内基金营销略显粗放,提升空间很大。

“四方面”取胜投研管理

在南方基金8年,许小松有6年左右的时间都是在管理投研,离开南方后,他首次总结了在投研方面的经验。

许小松认为,一个公司在投研方面是否能够取得成就,取决于四个方面。

首先,在许小松看来,基金行业是一个高度竞争的行业,是一直走在最前沿的行业,需要一种非常努力和勤勉尽责的态度去管理公司,这样才能在激烈的竞争中取胜,而在投研团队里面营造一个兢兢业业的精神非常重要。

其次,就是塑造一个无所不言的文化氛围。许小松认为,给分析师一个比较明确的职业发展路径不可或缺。“基金经理表面上比较风光,但分析师是在幕后,是一个比较苦的活,处理不好则是一个受气的活。”许小松说,“应该给做得好的分析师一个职业上升的路径:从助理分析师、分析师、首席分析师、基金经理助理到基金经理再到投资总

监,要让他们看得到这种路径,并且及时肯定。如果这个路径没有被打通,则很难使分析师做到知无不言。”

最后,许小松认为,就是基金公司需要具备有悟性和对市场敏感的人才。在许小松看来,中国的资本市场一定程度上存在着博弈的机会,大小非和机构投资者之间在博弈,市场和政府之间也存在博弈,因此需要对市场很有悟性的人才,其次还需要扎实的研究工作,能把企业看清楚看透。

事实上,在许小松掌印国联安之后,对于该公司的考核与奖励机制,已经做出了另一番制度安排。

首先,该公司明确了分析师的考核和奖励,运用长线与短线相结合的原则。短线而言,公司将做出重大贡献的分析师实施奖励的政策,长线而言,就是明确做得好、悟性比较高的可以升到基金经理助理、基金经理。

其次,对基金经理进行更加客观化地进行长期考核。为了将基金经理与其自身利益相捆绑,该公司

将让基金经理购买自己的基金,而公司的激励计划也将放在基金份额里面。许小松说,今年年底,他甚至会吧把全公司员工的福利和奖金放在基金里面,虽然这样会给基金经理比较大的压力。

专业化营销做大市场

在南方任副总的最后两年,许小松开始由管理投研转到管理市场,在他看来,要做大市场,首先要从客服端发起,同时维持好和渠道之间的关系。而在渠道的营销策略上,则应从关系营销向专业化营销转变。

许小松认为,在专业分析研究的基础上,提供不同类型的客户服务是非常重要的。他做了一个形象的比喻,将市场营销作为一个平台,这个平台之上包括银行、券商、电子商务和直销在内的四个系统,而这四个系统是否能够发挥很好的力量,则要看一个公司的市场营销是否很强。

谈到专业的服务,许小松表示,资产管理公司专业服务的核心

是一切以持有人的利益为中心,而不是一味地追求资产管理规模的扩张。一切以客户为中心,对客户的推广、推荐、宣传要以专业的分析为基础,其核心思想是要在合适的时机,向合适的客户推荐合适的产品。

许小松说,打造专业优势,首先要做好基础工作,中国的投资者教育还有很大的空间的,投资者教育还有很长的路要走。从认识什么是基金,基金做什么,到基金的风险在哪里,基金的理念和长期收益是什么,这些都还有长期的普及空间。

对于市场营销与投资业绩的关系,许小松认为,一个公司是否有稳健的持续的良好投资业绩决定其市场营销是否能够做得较好,但市场营销也会影响到一个公司的投资,因为不同类型的产品设计会体现在投资上面。

在许小松看来,向投资者提供专业的服务,使公司树立一种专业的品牌,是非常重要的,而这也是国联安未来的发展路径。

东吴基金: 双管齐下 打造公司品牌

◎本报记者 徐婧婧

经过近四年发展,东吴基金公司初步摸索出了一些发展的方法,在市场大幅下跌之中,取得了相对不错的成效。该公司总裁徐建平由此亮出了公司发展的“双剑”——投研能力和客户服务。他强调,“双剑合璧”是东吴基金打造公司品牌的重要基石。

第1招 投研推动业绩

早在2007年初,东吴就对投研团队的合作模式进行了一系列改革,其核心在于打造“投研一体化”平台,打通投资和研究人员之间的体制障碍。为了跟上快速增长的管理规模,东吴基金随后进一步调整了公司的投研架构,形成更系统化的投研模式。在投研平台的有力推动下,东吴旗下基金业绩表现不俗。其中东吴价值成长双动力设立以来总回报率为72.96%,上半年业绩位居股票型基金首位。

徐建平认为,为客户创造价值是基金行业的天职,而好的投资业绩必须建立在正确的理念、优秀的团队、健全的制度流程基础上,基金投资则需要价值和成长双动力,它们也是东吴的投研团队不懈追求的理念,东吴双动力基金正是把握了价值和成长的主旋律并始终如一的坚持与执着,才能在复杂多变的市场中,规避风险并持久受益。

第2招 客服树立品牌

除了投研能力外,客户服务也是基金公司的重要武器。在今年单边下行的市场行情下,投资者信心锐减。维护好基金持有人、做好客户服务工作成为很多基金公司的首要任务,国内基金业由此拉开了一场客户服务比拼。基金经理热线、专户客服热线、QQ群俱乐部……各种类型的客户服务百花齐放。东吴基金继业内首推“首问负责制”后,近期再推出“基金经理接待日”活动,成为业内第一家“吃螃蟹”的基金公司。

据介绍,通过定期举办的“基金经理接待日”,让基金经理和投资者之间直观交流,加强双方的了解和认知,避免基金客服工作陷入形式主义,“基金经理接待日”一季度只举办一次。

徐建平表示,打造一流基金公司需要“双剑合璧”,基金品牌形象最主要的支撑就是优秀稳定的投资业绩和高效贴心的专业服务。尤其在行情低迷时,基金公司应该更加积极主动地与客户沟通,帮助基民解决实际问题,并努力使客户充分认识市场风险,掌握投资方法,做到合理投资。

万家基金:三条件筛选债券基金

债券具有“控制风险,收益稳定”的特性,然而,普通投资者在投资债券时面临着各种各样的障碍。万家基金有关人士表示:投资者应该从投资范围、投资风格和交易成本三个方面来考虑。

◎本报记者 徐婧婧

今年上半年,市场经过“牛转熊”的惨痛洗礼,投资者不得不重新审视自身的投资理念和投资策略,理性投资获取稳健收益越来越深入人心,“产品工具化,收益常态化”的债券型基金逐渐进入投资者的主流视野。

债券具有“控制风险,收益稳

定”的特性,然而,普通投资者在投资债券时面临着各种各样的障碍,比如购买渠道限制、缺乏一级市场讨价还价的能力、对债券资产的风险收益分析缺乏足够的专业知识以及信息获取渠道缺乏等,债券型基金则为投资者提供了省时省力的稳健投资渠道。

那么如何挑选合适的债券基金品种呢?万家基金有关人士表示:

投资者应该从投资范围、投资风格和交易成本三个方面来考虑。

首先是投资范围,这是决定风险收益水平的主要因素,也是基民的第一关注点。目前市场上,最高股票投资比例在20%的债券基金比较多。但市场上也不缺乏股票投资最高仓位达到40%的债券型基金,不过40%的比例已接近于一个混合型基金的股票投资仓位,在当前市场环境下风险仍然偏高。此外,风险相对最低的为纯债基金,该类基金不得投资于股票。

其次要看债券基金的投资风格,通过债券投资品种的选择,可以看出他们在债券投资上的偏好。在打新股方面,不同债券基金也有明

显的风格偏差,有的债券基金本着不参与二级市场交易的原则,只采用网上打新,并且几乎全部是股票上市首日卖出,不参与网下打新;也有债券基金通过网下打新,提高新股中签率。

最后可看债券基金的交易成本,老债券基金多有申购赎回费用,而新债券基金大多采用销售服务费替代申购赎回费,这样就避免了一次性的费用支出,而摊薄到每一天。不同债券基金总费用之间最高差异有两到三倍之多,投资者应在同等基金中选择费用较低的产品。拿万家债券基金举例,该基金免收申购赎回费用,销售服务费从基金资产中计提,投资者交易时无需支付。