**选择一个券商和客户经理**

   炒股第一步，无疑就是开户，开户就要选择券商。开户之后，一般会有个给提供服务的客户经理，既可能是券商指定的，也有可能是客户经理主动营销你成为他们客户的。

**一、券商的选择**

 先说券商选择。在券商选择上，基本上任何一家券商都各有利弊。有你喜欢和满意的，也有你不爽的。

有互联网券商，有传统线下门店券商。互联网券商的的好处是，软件、网络服务等各方面相对较好，服务比较亲民，很多业务都可以在网上和手机上完成，从开户到最后很多年可能都不用往券商的物理网点跑一次。地面券商的好处，是你知道有个营业部在那，你可以溜达过去，聊聊天或者参加各种路演活动，有问题了可以当面咨询。

 有人喜欢选择大券商，觉得大品牌，业务全，这个肯定是没问题的，各种排名都有，网上找个单子就了解的七七八八了。但是客观的说，如果资产不到100万，你看券商那写的好多业务和服务其实跟你基本没关系，因为你的资产量达不到那些业务的入门级门槛。比如，有的大券商说，我们这有顶级理财经理，帮你配置资产。100万资产，连个私募都买不了，更不要提固收信托、权益私募的均衡配置问题了。100万以下的，绝大多数还是炒炒股票，做做两融，买买基金，搞搞逆回购，打打新股和可转债之类的，顺便买个低收益的理财。而这些服务，在哪些券商都差不多，这些都是基本的功能配置。

另外一点，如果想享受被服务的尊重，普通客户在小券商会更好一些。据我所知，在某些大券商那，200万资产在好多客户经理的小本本上那都是“小客户”或者“散户”一级的分类，他们核心精力是要搞1000万以上的客户。但在小券商或者非一线券商就不一样了，可以享受大户的待遇，客户经理服务好、态度好，当上帝供着的。

**基本上来说，要是资产规模足够大，可以考虑大的券商，因为会有机会参与一些比较难得机会，比如券商投资者年会、定增、顶级私募路演等等。要是资产规模小，就找家方便的、服务态度好的、费率低的、能快速响应的、有啥问题及时帮你解决的券商，高大上的产品和服务反正资金少了也投不了、也享受不到。券商选择没有绝对的优劣之分，适合自己的才是最好的。**

**还有一些骚操作，比如，账户分布在几家不同的券商，各家特点都可以兼有了。目前每人最多可以开三个账户。**

**二、客户经理的选择和客户经理关系保持**

再说客户经理的选择

客户经理这个吧，基本上靠运气。就是说，你能碰到哪个客户经理或者理财经理，很大程度上都是很偶然的，客户经理的水准也是不确定的。

如果是被营销过去的客户经理，那么客户经理基本上就是营销你开户的，你要是觉得他/她人不错，从了就是了。另外一种，是导流或者自动上门的，那客户经理基本上就是券商给你按内部机制随机分配的。

客户经理的基本要求是态度好、服务响应速度快、专业水平高。其中态度好、服务响应速度快，相对比较容易，专业水平高这一条，一般需要几年的积累，见过足够多的业务类型，经历过市场风雨。再有就是，态度好、服务响应速度快的客户经理，新手居多，经常被客户爸爸呼之即来挥之即去，态度贼好；如果比较资深，很有经验又非常专业的客户经理，就做不到呼之即来挥之即去了，要是不小心惹火他们，甚至他们会主动把你拉黑，不再提供服务，让你找其他服务态度好的，也就是说你也在“被选择”。

 这就是这个行业最诡异的地方，表面上看，出资金投资的是客户，是甲方爸爸，是衣食父母，但最优秀的那部分客户经理并不会贯着甲方爸爸毛病。原因就在于这个行业的专业性，专业程度非常高的客户经理，可能话不那么多，态度也不那么极为谦恭的样子，但他们给的很多决策建议能帮客户多赚钱，能帮客户规避损失。如果资产规模大的话，比如，1000万，一个百分点就是10万上下。比如，想买P2P的时候，券商客户经理瞅一眼，就能告诉你风险多大。买一些小三方的各种理财或者有限合伙基金的时候，券商客户经理拿着材料看看就知道有些投资很可能血本无归了。只要你信任他们专业性、愿意平等的深入探讨问题，客户经理也会把你当自己好好服务的客户，这些额外工作都是免费的，对他们业绩一点增厚都没有，但他们都会做，这些可以帮客户挽回极大的损失。毕竟，资深一点的客户经理，别看自己兜里没多少钱，但是他们见过数百个客户资产的起起伏伏，见过无数人掉过的坑，这些都是有人拿真金白银堆出来的经验教训，每个经验或者建议都可能是其他投资者的血泪史。所以如果大家遇到非常专业也比较负责的客户经理，就不要太在乎过节有没有收到他们的祝福短信或者微信，就不要太在乎他们木有给你送礼品，也不要太在乎佣金高低。随便一个好的负责任的建议，在你资产上影响的都是万，数万，数十万或者数百万。

**再给一个行外人不了解的真相，如果你资产规模是50万以下，基本是在白嫖客户经理。**我们简单计算一下就知道，现在券商的佣金普遍是万2.5或者万2左右，也就是1万块钱交易额，券商收2元或者2.5元（暂不考虑不足5元收5元），扣除1块钱要交给交易所的规费成本（现在应该低于万1）。你50万资产，假设1年满仓交易10次。也就是500万的交易规模，扣除规费给券商创造的收入在500块到750块之间。券商给员工的提成比例，现在普遍低于20%，也就是说，你一50万资产规模的客户，按照正常每2个月资产全部买卖一次的频率，给客户经理创造的提成也就是100到150之间，如果考虑到大部分券商提成比例可能不足10%，**也就是说你一个50万资产的客户，只做股票的话，一年给客户经理创造的净收益可能不到100块钱。**100块钱在现在能干点啥呢？一顿烧烤？几杯奶茶？所以，说大部分人在白嫖（大部分客户资产规模低于50万）券商客户经理和银行客户经理（银行业务模式也类似），一点毛病都没有。在欧美国家有账户的，就知道找个专业律师和专业理财顾问聊聊需要怎么付费了。那是什么支撑着客户经理继续兢兢业业做服务呢？是少数资产规模较大的大客户，是客户经理对数学概率的追求和坚持。

从职业发展路径来说，券商客户经理和银行理财经理的业务模式很像，大部分客户能创造的价值量都不大，绝大部分创收都是小部分客户创造的，二八法则或者一九法则绝对适用，10%的客户创造了90%的收入。这小部分客户，要么资产规模大，要么交易频率极高，要么做高价值量的业务。客户经理其实就是通过大量的接触客户，然后把这部分客户过滤出来，最后让这部分客户创造价值。那这部分客户怎么来的呢？就是通过接触大量“白嫖”客户，一点点积攒出来，如果服务好，“白嫖”客户可能会介绍一个不“白嫖”的朋友。所以，即使是“白嫖”，绝大部分客户经理还是能维持比较高的服务水准。毕竟他们好多VIP客户，也都是意想不到中的某个非VIP客户推荐的。最后的结果是，即使客户经理知道你是“白嫖”，他们也让你白嫖，以期待从概率角度出现不“白嫖”的客户，全部过滤掉了“白嫖”的客户，也就丧失掉了潜在的VIP客户，道理就这么简单。所以，客户经理还是会张开双臂欢迎大家白嫖的。但某些所服务客户的资产规模已经到了数亿或者数十亿量级的客户经理，对于新增客户没有太大感觉或者兴趣了，可能想白嫖就会有点难了，他们会逐步进入挑客户的阶段，事儿多的客户他们就会评估性价比到底值不值得接了。

  讲了这么多，是想说什么道理呢？在有可能的情况下，对客户经理好一些，虽然都是金主爸爸，但是这个行业太过复杂，金主爸爸没必要像其他行业那样真把“爸爸”的姿态天天写在脸上。好的客户经理的服务，对你资产的影响，远超想象。大家都是求财，没必要跟钱过不去。再就是大家都是靠服务和专业赚钱，该赚的钱要让赚到。佣金是不是非要压到极限呢？即使不收佣金，好多人照样亏钱。即使10年前佣金普遍千1（现在5倍以上）的时候，照样有人赚钱。跟客户经理讨论了一下午什么样的基金好，怎么挑选好基金，哪几个基金长期表现不错。口干舌燥的讨论完了，客户经理建议方案给出了。转身到基金公司直销网站上下单了100万的基金，然后在客户经理那象征性的买了2万意思意思。这些套路呢，一次两次行，次数多了也都不傻，真诚的建议就会减少。相对于欧美，在中国，客户经理、理财经理、投资顾问、律师等专业人才的价值基本上都被低估了，中国人现在普遍只愿意为“实物”付费，而不愿给“服务”付费。服务看不见，摸不着，尤其是投资这种，看起来纯粹是动动嘴。但服务背后，凝结的是大量的思考，大量的数据对比，大量的经验总结，然鹅这个除了当事人其他人是看不到的。

**只要是长期共存的关系，是长期利益共同体关系，都要有长线思维，不要搞一锤子买卖，这个就是关于和客户经理关系的建议。客户经理后续能给出无数的好建议，也能创造很多价值，或者是品种的选择，或者是理念的提高，或者是眼界的开拓。**