

营销技能提升

【课程设计背景】

根据我多年从事电话营销一线的实战经验，做好这份工作离不开两点：心态和行为；心态，顾名思义就是得愿意从事电话营销这份工作，并积极地去展开拓新客户，遇到被客户拒绝甚至辱骂能调整好自己心态继续打下一通电话。行为，就是掌握电话营销的沟通的技巧，客户拒绝、反对的应对话术，促成客户办理等，拥有积极的营销心态和掌握营销的方法技巧，才能做好这份工作。

所以本课程设计背景正是抓住这两关键点，第一，心态层面：让学员拥有做好电话营销的信心，相信保险产品、相信客户拓展的好处，拥有积极的心态去从事这份工作。第二，重点讲解行为层面：让学员掌握电话营销的流程与技巧、营销套路与话术脚本的设计、沟通技巧、提升声音的亲合力、拒绝的应对、促成客户办理重点讲解新客户拓展技巧。课程结合目前保险主推的核心产品人寿保险，均有课堂通关练习、实战落地的话术脚本和营销工具，培训结束

即可马上用在工作当中。

【课程对象】

电销人员、客服、班组长

【课程时间】

1天（6小时）

【课程人数】

50人以内

【培训讲师】

潘岩

【课程大纲】

一、新拓展客户营销职业认知

- 电话营销人员的四大目标，主动营销、开发新客户的心态
- 案例、互动（自信的电话营销）
- 职业定位（根据讲师自身一线电话营销的工作经验，讲述销售人员的未来发展规划）
- 拓展营销时面临的四个时期
- 恐惧期、兴奋期、厌倦期、困惑期

二、电话营销前的准备工作

- 工具的准备
- 脚本的准备
- 声音的亲合力准备
- 信息的准备
- 电话礼仪的准备
- 营销策略制定

三、电话营销的开场白

- 开场白之规范开头语
- 电话接通如何让客户愿意听下去？

问候语的设计

个人介绍的设计

来意说明的设计

状态确认的设计

细分：人寿保险销售开场白话术设计：

落地工具：营销工具、话术脚本、课堂练习。

四、电话营销时客户需求挖掘与引导技巧

- 挖掘客户需求的工具是什么
- 提问的目的
- 提问的两大类型
- 外呼提问遵循的原则
- 三层提问法
- 信息层问题
- 问题层提问
- 解决问题层提问

细分：人寿保险产品需求引导话术设计：

落地工具：营销工具、话术脚本、课堂练习。

五、有效的人寿保险产品的介绍

- 抬高人寿保险在对方心目中的价值
- 产品介绍最有效的三组词
- 提高营销成功率的产品介绍方法

- 好处介绍法
- 对比介绍法
- 主次介绍法
- 客户见证法
- 分解介绍法

细分：人寿保险产品需求引导话术设计：

落地工具：营销工具、话术脚本、课堂练习。

六、销售过程中客户反对意见处理与挽留

- 客户反对意见的分类
- 真实异议
- 虚假的异议
- 隐藏的异议
- 异议处理的四个原则
- 客户异议处理的四种有效方法
- 提前异议处理法：引导法、同理法、认可法

客户常见异议应对与练习：

我不需要

没优惠

没有用

我再考虑一下

我跟家人商量一下

你们保险都是骗人的

我有时间再看看

这次活动，我不想参加，有需要再联系你吧

“我在开车，现在不方便”，“我在开会，回头再说吧”“现在没时间”

“我什么都不需要，就这样吧”

“你们上次那个问题都没有帮我解决。。。 ”

不要说这么多了，我就是不需要！（不愿告诉真实的原因）

太麻烦了，不需要……

我已经买保险了

我现在没钱，不需要

你们公司为什么老打电话给我，烦不烦？不要给我打电话过来了

七、促成与转介绍技巧（重点讲解）

➤ 也许对方会直接答应你的条件

- 人性需求与促成
- 人性的两大需求
- 人性需求对促成的价值分析
- 促成的五大技巧
- 直接促成法
- 危机促成法
- 二选一法
- 体验促成法
- 展望未来法
- 客户见证法
- 转介绍的时机把握
- 转介绍的客户识别
- 转介绍切入点
- 转介绍方法以及系统打造
- 转介绍的落地话术

细分：人寿保险产品的转介绍话术设计：

落地工具：转介绍的营销工具、话术脚本、课堂练习。

- 结束与信息微信的收集
- 专业的结束语
- 让客户满意的结束语
- 结束语中的 5 个重点
- 客户微信收集与二次营销（转介绍）