

# 创新 2.0 保险营销理念

## 课程目标：

通过培训，让客户经理

- 掌握互联网时代下保险营销的新思路与理念；
- 了解市场上不同类型的创新营销模式
- 掌握创新保险营销理念和技能

## 课程安排：

### 一、互联网时代下保险营销新趋势

#### 1、互联网引领“体验经济”

- 1) “三马同仓”卖保险
- 2) 营销中的客户体验
- 3) 保险营销从产品导向——需求导向——体验导向
- 4) 虚拟保险产品营销关注客户体验

#### 2、基于网络平台的保险营销

- 1) 微信端保险营销思路（案例）
- 2) 支付宝端保险营销思路（案例）
- 3) 三方平台保险营销思路（案例）

### 二、保险营销创新升级

#### 1、公司整体营销策略升级

- 1) 区分金融平台上三大主体的职责

2) 理清保险在财富管理中的正确位置

## 2、产品升级服务

1) 产品系列线的完善

2) 交叉销售

3) 互联网端产品研发（案例）

## 3、技术升级

1) PC、移动、媒体等销售及理赔平台的建设

2) 微信营销、掌上保险等技术的应用

3) 以技术升级推动营销人员营销模式变化

## 4、人员升级

1) 技术升级对营销人员要求的变化

2) 新技术下营销人员需具备的四种关键能力

专业知识

行销技能

资产规划技能

人际关系互动（借助新型媒介）

## 三、创新 2.0 保险营销技能升级

### 1、创新保险理念升级

1) “保险姓保”理念的进一步强化

2) 新规倒逼险企转型，加强资产负债错配及流动风险

3) 转型中顾问式及电子化推动营销模式创新

4) “偿二代”体系下的优势选择

5) 基于产品不同带来的差异化营销模式

6) 深刻理解保险在资产传承、财务安全的不可或缺性

7) 营销思路转型：从卖产品到替客户规划家庭金融资产的转变

8) 场景营销及精准营销思路选择

### 2、保险客户经理营销技能升级

1) 销售循环的底层逻辑—7 大流程

客户开拓

识别接触

需求激发（画图、讲故事）

需求一：家庭资产风险管理系统的屏障

需求二：资产保值增值

需求三：安逸养老生活的保障

需求四：子女教育需求

需求五：人身健康安全保障

产品推介

拒绝处理（11种异议处理话术）

销售促成

售后服务

相关理财的观念持续输入

定期向客户进行家庭资产体检

定期推送最新的投资市场资讯

提供客户感兴趣的生活与工作信息

建立持续客户维护的机制(资产配置、基金诊断、保单健诊)

## 2) 借助互联网的客户开拓新思路（以微信为例）

微信获客

提升客户粘性

进行线下客户转化

微信端个人形象的基础设计

微信获客的5种方式

利用微信朋友圈提升客户粘性

利用微信群获客和转化

利用微信进行客户服务