

课程名称：《银保期交业务的需求导向式销售技能》

主讲：刘晓阳老师 6 课时

课程目标：

通过培训，让受众

- 了解银行保险业态势和期缴保险市场规模现状
- 认清期缴及保障型保险是大势所趋；
- 解析银行网点营销期缴保险的核心难点和突破技术；
- 可以通过挖掘客户需求构建产品卖点；
- 重点理解保险对家庭资产风险管理系统的屏障作用
- 实践期缴产品场景营销的一种模式：沙龙
- 实践期缴业务推动的要点；

课程大纲/要点：

趋势篇

一、“新常态”经济形势下银保业务发展态势

- 1、2016 年中国保险行业回眸与数据比对
- 2、息差压力下银保成为银行中收业务新增点
- 2、银行与保险公司合作模式多样化增长

二、“新规”影响下银保期缴业务发展态势

- 1、银保期缴业务市场总体情况
 - 1) 期缴业务数据对比
 - 2) 期缴产品结构分析
 - 3) 期缴市场格局分析

- 2、趸交高现价保险产品“冰火两重天”
- 3、产品迅猛增长背后的投资、规模、竞争逻辑

三、期交与保障型业务转型是大势所趋

- 1、期缴是行业健康发展的必然选择
 - 1) 新规倒逼险企转型，加强资产负债错配及流动风险
 - 2) 调整结构，产品转型中的供给侧改革
 - 3) 促进转型，顾问式及电子化推动营销模式创新
 - 4) 创造价值，优化银保合作模式，推动生态平衡之路
 - 5) 滚雪球效应促进资产稳定增长
 - 6) “偿二代”体系下的优势选择
- 2、保障型业务是市场发展的必然选择
 - 1) 保险姓“保”理念推动保障型业务拓展
 - 2) 税收优惠催生新型保障型业务
 - 3) 数据说话，看银保业务趋势与产品结构发展
 - 4) 深挖痛点，以客户经理角度透彻论证期缴及保障型业务不得不选

技能篇

四、营销期缴保险的核心难点和突破技术

- 1、网点期缴保险营销的困境和问题解析
- 2、深刻理解保险在资产传承、财务安全的不可或缺性
- 3、趸交 PK 期缴，深度解析产品转型带来的差异化营销方式
- 4、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
- 5、期缴复杂性产品的场景转移与精准营销转变

五、需求导向式销售进行精准营销

- 1、案例：Apple 的黄金圈法则
- 2、锁定目标客户
 - 别人找客户，我们挑客户
 - a) 如何结合网点场景锁定目标客群接触点
 - b) 如何锁定非网点物理场景中的目标客户
 - c) 如何通过互联网快速建立准客户链接

- 3、需求挖掘，以需求为导向进行销售
 - a) 客户不需要产品，需要功能
 - b) 需求导向销售流程四步法
- 4、目标客户需求盘点
 - a) 需求一：家庭资产风险管理系统的屏障
2016 大陆首富畅享
宝宝的离婚诉求
高净值客户的担忧与财富传承
以保险为核心的财富管理模式
全面分析 KYC，360 度了解客户，收集情报
引入资产保全、财富传承、风险防范理念
案例：某款期缴产品匹配卖点解析
 - b) 需求二：养老与子女教育安全性
 - c) 需求三：人身健康安全保障
- 5、包装需求，去匹配产品
 - a) 分析客户主要资金状态，去匹配产品
 - b) 围绕现有资金状况制定针对性的产品替代策略

6、客户类型与客户需求的二维矩阵

7、善用场景，“痛点”切入实现快速精准营销

六、高效组织客户财富沙龙

- 1、客户沙龙的集群效应
- 2、沙龙的客户选择与邀约
- 3、沙龙的全流程图：3 大环节 11 个细节

七、推动期缴业务的思路和方法

- 1、思维先行，统一思想
- 2、建立研、训、赛、固的机制提升团队技能
- 3、加强活动量管理，体系化
- 4、协助分行突破期缴业务瓶颈
- 5、支行建立 PK 竞赛机制

6、通过微信群打造营销氛围并固话效果

7、总结项目成果并向全辖复制成功经验