

# “创意私享家”——保险沙龙策划讲师特训营

## 课程背景：

保险沙龙（产说会，以下同）一直都是保险团队，银行，财富管理机构拓客、关单，品牌，服务的主要形式之一，也是一对一营销的有效补充。但沙龙营销已成常态，客户对于这一营销形式已经产生了一定的厌倦和抗拒心理，过于常规或营销目的过于明确的沙龙陷入死循环，劳民伤财，收效甚微。

马云说：“不是宏观不行,那是你的宏观不行”，沙龙作为目前主流的营销方式之一，还有很多机构搞得红火火火。沙龙营销还要坚持搞，但是把沙龙搞好机构和团队先要搞清楚一些问题，问题就是解决之道。

基于机构和团队问题得出的结论，沙龙营销需要升级 2.0 版本。机构或团队策划沙龙活动需要更多类型上，主题上，内容上的创新，软硬实力双双提升，让沙龙营销焕发新的生命力。

实践经验告诉我们：沙龙营销中”主题策划“和”内容贡献“这两项软实力在未来的沙龙 2.0 版本中处于核心位置，所以强化策划讲师能力，建立策划讲师人才储备，培养创意策划与优质内容讲授者二合一人才成为机构和团队最为迫切的任务。

那么，2.0 版本的沙龙应该是什么样的？确保一场 2.0 版的沙龙营销成功的关键到底是什么？2.0 版沙龙的硬实力如何加强？2.0 版沙龙的软实力如何打造？这些问题，将会在《“创意私享家”-保险沙龙策划讲师实战特训营》中一一为您揭晓。

## 课程收益：

- 加强硬实力，完善流程，储客，邀约，会中控制，会后追踪等细节
- 打造软实力，有娱乐，有深度，有格调，有新意，有价值，有体验
- 营销有道，讲授有料
- 策划：高质量活动创意；私享：高品质稀缺内容
- 团队营销有抓手，个人展业可借力

**课程时间：**2 天，6 小时/天

## 课程对象：

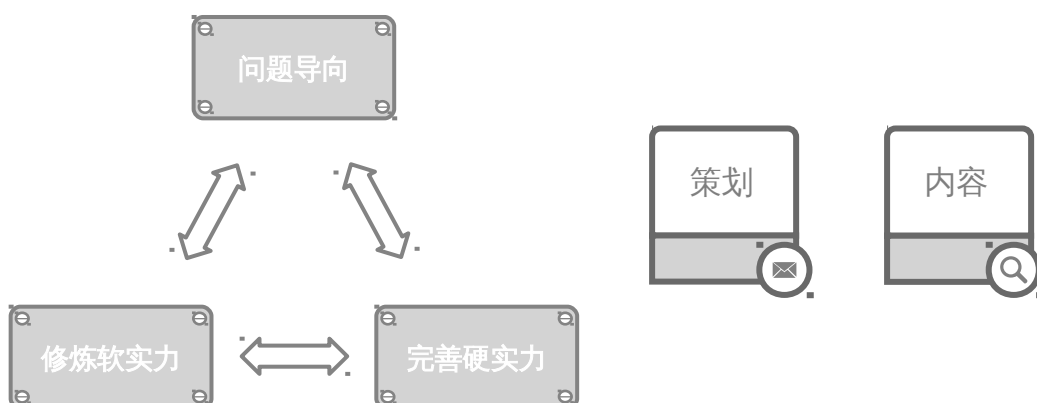
**保险：**营销总监、营销经理，内勤管理人员，机构兼讲，优秀代理人

**银行：**个金总，支行长，理财经理，大堂经理

**财富机构：**分总，业务副总，保险 IS，团队长

**课程方式：**讲师讲授+案例分析+小组讨论+情景互动+实操演练

## 课程模型：



## 课程大纲

### 第一讲：沙龙营销升级 2.0 版

#### 一、重新认识沙龙营销

1. 沙龙营销？
2. 目前保险沙龙的现状

讨论：沙龙邀约困难的原因分析

3. 成功沙龙的标准

#### 二、问题导向推演

1. 为什么开沙龙？

案例：目的决定行为方式

答案：沙龙分类与策略

2. 客户为什么难邀约？

案例：占领客户心智，抢夺客户时间

答案：先植入，再邀约

3. 哪些主题和内容能让客户产生兴趣？

案例：大数据时代的精准营销

答案：了解客户，了解自己

4. 什么形式能激发客户踊跃参与？

案例：分享经济时代的沙龙模式-品鉴会模式

答案：客户不关心你的产品，只关心自己要什么

5. 客户的良好体验如何产生的？

案例：与客户共舞

答案：客户忠诚度来自良好体验

6. 沙龙结束后，如何形成涟漪效应，持续转化？

案例：小问卷大作用

答案：沙龙结束才是营销的开始

#### 三、软硬实力双升级

1. 沙龙营销升级 2.0 版本

案例：与顾客谈恋爱的商家

2. 硬实力容易完善，软实力难以培育

### 第二讲：完善硬实力

#### 一、打造沙龙策划高手

##### 1. 建立沙龙活动策划的正确逻辑

- 1) 明确沙龙活动目的
- 2) 产出沙龙活动主题
- 3) 输出沙龙活动方案

案例：中山资产配置活动策划案例

##### 2. 主题——移动时代策划的核心价值

- 1) 富裕人群的财富目标（招商贝恩报告）

案例：2019 年热点聚焦

案例：客户分类和需求分析

- 2) 富裕人群的痛点营销

案例：政商+法商+税商+险商，场景化成交

- 3) 富裕人群进入资产配置调整期

案例：财富周期与财富命运

案例：资产配置策略与工具置换

## 二、没有不好邀约的客户，只有不会邀约的业务

### 1. 沙龙邀约的意义

- 1) 取得信任
- 2) 产生粘性
- 3) 主顾开拓
- 4) 销售落地

### 2. 提升“到场率”的邀约四项原则

- 1) 需求原则
- 2) 喜好原则
- 3) 服务原则
- 4) 细节原则

### 3. 提升“到场率”的邀约六脉神剑

- 1) 客户 KYC（了解你的客户）
- 2) 信息（分解沙龙信息）
- 3) 脚本（拟定邀约脚本）
- 4) 场景（模拟业务场景）
- 5) 训练（晨会经营训练）
- 6) 跟进（跟进邀约结果）

### 4. 沙龙邀约技术的五种方法

- 1) 特定人群法
- 2) 售后服务法
- 3) 专题活动法
- 4) 讲师推荐法
- 5) 服务推广法

## 三、现场

1. 现场流程
2. 强化细节
3. 意外预案

## 四、转化

1. 现场流程
2. 强化细节
3. 意外预案

## 第三讲：修炼软实力

### 一、策划创意

1. 跨界主题创意

案例：整合摄影基地资源，客户美好体验

案例：整合珠宝资源，活动高客 50+

2. 流程触点创意

案例：促销是 1.0，营销是 2.0，情感是 3.0

3. 沙龙模式创意

案例：个人酒会办成情感沙龙

案例：私董会模式

案例：培训式营销俱乐部模式

#### 4. 内容贡献创意

案例：抓热点

案例：吸眼球

案例：玩好奇

## 二、修炼高效演讲

### 1. 精心准备

1) 确定你要的结果

2) 找出关联性

3) 要点明确

### 2. 巧设结构

1) 坡道

2) 路线图

3) 发现

4) 总结

5) 甜点

### 3. 善用技巧

1) 故事

2) 比喻

3) 语音生动

4) 重复