

年金险专销训练营

让客户追着你买——年金险销售秘诀

课程背景：

电话推销，上门拜访，嘘寒问暖，礼品频送，自费参加各类高端晚宴，答谢会，这些开门红保险销售的热闹场面您是否很熟悉？一年又一年您都在重复旧方法，但是一年又一年您都在焦虑的看着其他人在台上辉煌。

听了这么多大咖分享依然卖不好年金险，那是因为你没有听过“第一性原理”。透过现象看本质，问题导向做事情，如果您把一切努力都建立在帮助客户发现问题和解决问题，所有销售难题都会迎刃而解。当产说会越来越无效，当话术越来越无感，保险营销员你需要创新的服务场景和与时俱进的趋势认知来带动和助推保险成交。

传统销售和培训因循守旧，已不适应快速发展的社会，好比拉磨的驴子，感觉自己一直在向前，不断进步不断成长，但事实上它一直在原地打转。爱因斯坦说过：“这个问题，很难靠这个层次的思考来解决”，人的思维是有层次的，你眼下的难题，往往需要提升一个思维层次来解决。阶层分化消费分级，年金主力客群的财富目标在悄悄发生变化，当利益不再满足，当卖点不再吸引，保险营销员你需要升维思考，重塑销售逻辑。

课程目标：

- 打造理财规划师专业服务和形象，创建特定场景，降低销售抗拒，实现客户倍增
- 清晰年金险的定义，作用，产品属性，找对人做对事，才能倍增业绩
- 掌握适销客户画像技能，做到精准的客情诊断，实现批量获客，锁客
- 有效沟通=同一认知，重塑年金险销售逻辑，升维思考降维攻击，实现销售破局
- 认清促成的五个层次，掌控人心从而把握临门一脚的时机

课程收益：

- 重新认识和掌握年金保险的基本定义，四大保障作用、两大属性、六大功能
- 熟练掌握客户KYC技巧，发挥对应的作用，功能和促成模式
- 精进规划技术，推动客户隐性需求显性化，引导客户形成迫切的产品需要
- 适应社会变革，创新销售逻辑，识别不同客群的痛点，抓住痛点思维做文章
- 搭建伴随终生的理财规划系统，学到受益一生的结构化思维能力

课程特色：

四个秘诀：

秘诀一：创新场景，降低销售抗拒；秘诀二：把控人性，引导动机归因

秘诀三：问题导向，推演思路方法；秘诀四：四商建模，落地工具执行

五化优势：

内容实务化；呈现案例化；训战场景化；引导工具化；课堂互动化

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：保险营销员，银行客户经理、理财经理、保险公司银保渠道主管

课程方式：授课+精讲+演练

课程大纲

导言：

1. “第一性”原理
2. 保险代理人的“小趋势”
3. 场景化思维的运用
4. 有效沟通=认知相同

第一讲：监管年价值回归——重新认识年金保险

一、什么是年金保险？

1. 年金险的定义
2. 年金险的类型
3. 年金保险设计原理

案例：五个老太太的故事

讨论：监管推出 134 号文件啥意思？

二、年金计划的主要作用

1. 保人
2. 保钱
3. 保收益
4. 保支配

思考：神剧《都挺好》告诉我们什么是最有价值的资产？

三、追根溯源——了解保险两大属性

1. 结构化法商思维展现法律属性

- 1) 六部法律支撑
- 2) 四大角色演绎
- 3) 三权隔离设计

工具：法商三权四角话术演练

2. 财富管理要素展现财务属性

- 1) 突出财务要素安排

工具：财务三保话术演练

- 2) 凸显金融工具特性

工具：关于年金险四性的话术演练

- 3) 展现资产配置灵魂

工具：资产配置话术演练

四、年金险六大功能

1. 智慧养老

- 1) 被严重低估的中国养老困局
- 2) 日本养老问题：名为长寿的噩梦
- 3) 养老规划应有所偏重
- 4) 社保能领一辈子是旁氏骗局还是权宜之计

2. 婚姻规划

案例：保单结构设计和财富风险管理

3. 子女教育规划

案例：园丁理论

4. 资产保全

案例：资产转移和置换

案例：资产剥离

5. 传承规划

案例：风筝理论

6. 现金流管理

案例：资产年金化的保险金信托设计

导入：

1. 场景化思维之 4W 理论解读

第二讲：找对人——适销人群画像批量拓客

一、解析年金产品设计（WHAT 什么产品）

1. 生存金的领取

2. 万能账户的作用

3. 产品卖点的萃取

思考：客户需要产品还是其他？

二、准主顾开拓的思考（WHO 卖给谁）

1. 保险精准营销策略

讨论：中高端客户的主顾开拓方法

工具：CRM 客户关系管理工具

2. 新零售，新营销

1) 如何线上获客，锁客？

2) 如何线下导流，转化？

3) 创新场景应用

三、六类客群的精准画像 KYC

工具：客户画像财富 50

1. 创业之星，人生无常，后顾之忧

2. 中小企业主，稳健发展，分散风险

3. 职场高薪精英，稳固阶层，避免损失

4. 富一代和富二代，风筝理论，管理传承风险

5. 专业技能人才，抵御职业风险

6. 中产主妇（《都挺好》中大儿媳菲菲）

作业：用模板总结个人最常见客群 KYC

第三讲：做对事——销售逻辑确立痛点营销

一、年金险的销售逻辑

1. 重点：不在产品在目标

案例：客户需要的不是产品而是解决方案

2. 需求：不在收益在缺口

案例：需求来自制造冲突

3. 痛点：不在获得在损失

案例：销售就是搞定痛点

4. 年金险客户常见痛点解析

5. 六类客群的痛点研究

二、年金险的五层促成方法

1. 理念导入法
2. 制造稀缺法
3. 时间窗口法
4. 奖励促成法
5. 人情做透法

第四讲：学失败——避免错误，就会成功

一、湖畔大学的教学宗旨

1. 只学失败不谈成功

二、错误的销售引导案例

1. 夸大收益，引诱客户
2. 混淆概念，误导客户
3. 片面介绍，留下隐患
4. 虚假宣传，为祸行业

三、通过失败学会反思

讨论：自我总结一个失败案例，通过学习过的内容找出问题和新的切入点

第五讲：认知决定高度——年金险的升维思考

一、自我认知

1. 比努力更重要的思维层次
2. 陈志武的金融思维
3. 念念年金险的真经

二、客户需求认知

1. 马斯洛的需求层次
2. 行为经济学在保险的应用

三、升维思考

1. 《三体》告诉我们的销售真经
2. 经济周期与资产配置的风险
3. 运势管理与财富风控

金句总结

小组长分享

证书颁发

拍照留念