

产说会——财富在于“智赢”

课程背景：

产说会最早源自台湾的会议营销，这种营销模式可以集中保险公司的优势资源，创造直接面对准客户的机会，是用公司信用取代营销员个人信用促进销售，展示保险公司自我形象的绝好机会。而由于是面对面接触，使得产说会更容易赢得客户信任。所以，一场高规格的产说会对潜在客户的触动和说服力是非常惊人的。

基于此，每逢营销节点、阶段冲刺、开门红等关键时点，保险公司的产说会就会遍地开花，这样可以帮助团队迅速提高业绩的达成。虽然活动形式并不新鲜，但因为集中式的促成效果明显，各家公司仍然做为主要营销形式之一。

一场成功的产说会，会前、会中、会后各个环节都非常重要，但因为会中环节是与客户直接面对面交流的最有效时机，所以自然而然吸引了所有人的关注。而主讲人对于一场活动的成功与否起到了至关重要的作用，故而衍生了这个课程。

讲师从业 17 年以来大大小小的产说会主讲达 1000 场以上，经验丰富、现场氛围把控力强，平均场均签单率在 35% 以上。

课程收益：

- 充分展现保险公司的强劲实力与背景
- 通过整体流程的完美配合促成准客户
- 提高营销员业绩指标达成并促进留存

课程风格：

- 经典书籍重点解析，围绕主题重点突出
- 课程结构清晰明了，层层递进紧扣主题
- 政策解读环环相扣，有理有据深入人心

课程时间：1.5 小时，6 小时/天

课程对象：保险营销人员+意向准客户

课程方式：课程讲授 70%，案例分析及互动 30%

课程大纲

产说会主讲片：《财富在于“智赢”》

一、《百岁人生解析》

互动讨论：如果能活到 100 岁，你该如何规划和看待你的人生？

1. 活到 100 岁是大概率事件

数据 1：美国加利福尼亚大学调研

数据 2：中国人的平均寿命

2. 三段式向多段式人生转变

互动讨论：多段式人生到来，你准备好了吗？

关键：三种无形资产的积累最重要

1) 生产性资产

2) 生命力资产

3) 转型性资产

互动：为什么要跟大家分享这本书的观点？

小结：我们要活很多，“创造财富”这个技能非常重要。

二、财富属性

互动讨论：你喜欢钱吗？有没有想过：“钱”喜欢谁呢？

1. 财富的基本属性是水

2. 财富会藏污纳垢，也会往低处流

3. 最好的储水池是大海

三、财富的定义

1. 财富是用“时间”衡量的，而不是用“数字”度量的

互动 1：今天我拥有 100 万，10 年后我一定能拥有这 100 万吗？

2. 人离开钱废物一个；钱离开人废纸一张

互动讨论：你怎么理解这句话？

四、财富传承

案例：富豪给太太买礼物

小结：婚姻是财富最大的“杀手”之一

案例：17 套房子

案例：为什么独生女儿只能拿到一半房产？

互动讨论：以上 3 个案例带给你的思考是什么？

小结：用保险来实现财富继承是最简单、智慧的安排。

1) 传：给的了（一代）

2) 承：接得住（二代）

五、国家政策

1. 实名认证

互动讨论：你能罗列出哪些跟“实名认证”有关的经历？

小结：我们生活的方方面面已经都被“实名”包围了。

2. CRS——共同申报准则

- 1) 全球、中国的发展历程
- 2) 基础知识点
- 3) 最新资讯
- 4) CRS 实施对客户的三大好处

案例 1：台湾预计 2020 年加入

案例 2：瑞士宣布与 33 个国家交换信息

3. 遗产税

- 1) 遗产税草案及计算方法
- 2) 遗产税的 4 项关键信息

互动讨论：中国会不会开征遗产税？为什么？

4. 银保监合并

关键：合并的背景与意义

5. 国税地税合并

关键：合并的背景与意义

- 1) 开征遗产税的各项条件已经具备
- 2) 保险是您保护资产的一道防火墙
- 3) 国际通行惯例：保险+信托+遗嘱，这才是最完美的防守

六、产品推荐

不是我们要销售保险给你，而是你必须提前了解保险。

1. 本公司产品亮点
2. 产品案例（建议 2-3 个不同年龄、不同交费的方案）
3. 一句话总结

世界首席经济学家林毅夫：中国契约式金融产品奇缺的时代，只有人寿保险契约可以归类为生命长度衡量的契约资产（个人资产）。

七、结束语：一切尽在财富“智赢”！