

# 大额保单营销与开发

## 课程背景

作为销售人员其业绩波动 80%的原因是由 20%的高端客户引发的。所谓的高端客户，就是市场上卖方认为具有战略意义的客户。

根据 20/80 原则，他们是卖方的“贵人”，是需要给予特殊“礼遇”的一群。

而销售人员的业绩徘徊不前，80%的原因是因为心态和专业技能的缺乏而导致的。高端客户的忠诚度决定了其业绩的稳定性，而客户经理的专业度又影响到高端客户的满意度。

传统客户购买一件上万元的保单都难，中高端客户却主动购买几十万、上百万大额保单。本课程将向你揭开中端客户购买大额保单的神秘面纱。告诉你如何成为大额保单销售高手。教会大家用顾问式营销方法，开发经营中高端客户。

中高端客户用多种金融工具管理家庭财富的同时，更需要保险产品解决家庭的基本财务风险。本课程教会大家用专业的理财方法，帮助客户管理家庭的资产。全面剖析保险在家庭资产管理中八大功能。帮你拓展综合金融知识的同时，更加深究保险产品的重要理财作用。

## 课程目标：

- 让理财经理可以通过有效的沟通，在众多的客户中发掘“冰山”客户
- 通过传递理财规划工具及资产配置工具等方法，让理财经理掌握切实可行的营销方法
- 让理财经理可以真正的站在客户的角度思考问题，为客户配置真正适合客户的产品，进行最科学的规划和完善的配置，为高净值客户的财富保驾护航
- 通过归纳人群，精准确定客户需求，通过客户客情分析，准确发觉客户痛点，通过有效的沟通，建立客户信任，通过完善的资料及方案，配置专业的方案
- 客户众多的选择当中加入保险的产品，让保险成为客户资产配置当中不可缺少的一部分
- 让理财经理熟练掌握六类客户群体特征及需求，熟练掌握资产配置三种模式，了解必要的金融工具及其利弊特征
- 通过有效的邀约来提供客户见面的机会，通过精品的沙龙操作来完成客户的现场促成，通过事前的准备，合理的配置，强大的服务体系来提供多元化的客户解决方案
- 通过客户的认可，提供更加具有购买力的客户成为转介绍的对象

**授课时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**客户经理、理财经理、保险公司银保渠道主管

**授课方式：**课程讲授+案例分享+实操演练

## 课程大纲

### 第一讲：大额保单的价值与意义

1. 人生财富两种形式
2. 大额保单保障无形资产
3. 人生的弱点
4. 人生的责任

**案例：**大额保单应对人性弱点与人生责任

### 第二讲：大额保单销售的市场机遇

**一、寿险销售的竞争主要是低端市场竞争**

**二、中国“大客户”人群的市场空间巨大**

1. 中国大陆对有钱人的定义

2. 目前中国“大客户”的现状

### 三、有合适的产品

案例：大额保单频繁出现

### 四、支持大额保单销售的政策

1. 中国政府为缩小“贫富差距”政策调控

案例：山西煤老板的出路

2. 中国政府为防范“经济泡沫”痛下杀招

案例：“黄光裕”现象

今天的“有钱人”还能是“明天的”有钱人么？怎么办？挣钱难，保全资产更重要。

### 五、支持大额保单销售的法律

1. 产继承风险—遗产税

2. 遗产税一旦开征，保险将成“避风港”

案例：遗产税的风险

案例：不同的资产规划不同的缴税金额

3. 债务关系风险—民法通则

必须实现“个人资产”向“法律资产”的转变

案例：宝马车抵债

4. 诉讼纠纷风险—民事诉讼法

根据《保险法》第 23 条规定：保险单不能被冻结与拍卖，被保险人领取保险金在法律保护下不计入资产抵债。

案例：牟其中的晚年生活

案例：安然公司老总的养老生活

## 第三讲：大额保单客户开发与管理

### 一、保险营销模式新突破

1. 国内寿险业绩飙升，大单频现的原因

2. 超越客户的步伐，突破寿险营销传统方法

3. 我也能成为大单高手

4. 大单高手的基本素养

### 二、深入认识中高端客户

1. 中高端客户特点分析

2. 中高端客户的购买寿险的特点（与普通客户不同之处）

3. 中高端客户的在哪里

### 三、寻找准高端客户的关键策略

1. 高端客户个人资料的搜集

2. 高端客户的评估过滤准备

3. 高端客户的有效管理

### 四、高端客户客情关系管理与服务

1. 喜欢和信赖的重要性

2. 建立亲和信赖——亲近关系的 8 大方法

3. 逐步建立成共赢的真诚朋友关系

4. 构筑专业权威——构建信任关系

5. 客情关系的销售服务

6. 售前客情关系与服务

7. 差异化客情关系服务

8. 满足客户的特殊需求客情关系服务

## 第四讲：百万重疾保障的重要性

### 一、从健康管理规划谈起

1. 早预防
2. 早诊断
3. 规范的治疗
4. 充足的财务支持

案例：现代人的生活压力

### 二、当前健康管理领域的三大趋势

1. 重大疾病常态化
2. 医疗水平越来越高
3. 越来越高昂的医疗开支

### 三、重疾险的起源

1. 保险不是为了改变生活，而是为了生活不被改变
2. 医学只能拯救一个人的肉体生命，却无法拯救一个家庭的经济生命

案例：重疾的起源

### 四、重疾对于家庭的财务风险

1. 治疗费用
2. 康复费用
3. 收入损失费用

### 五、家庭健康解决方案

案例：人生财富图

1. 如何让重疾不重
2. 健康保险的基本原理三要素

案例：华为员工重疾离世

团队演练：百万重疾保障的重要性的销售逻辑演练及通关

## 第五讲：年金的销售之道

### 一、幸福从哪里来

1. 人生幸福经济曲线

案例：个人专项附加扣除

案例：十九大报告摘要

### 二、中产家庭的焦虑和烦恼

#### 1. 中产家庭的现状解读

- 1) 中产家庭的资产结构
- 2) 中产家庭的五子登科
- 3) 中产阶层的焦虑来源
- 4) 中产阶级四座大山

#### 2. 人生悲剧经济曲线

### 三、养老金剪刀差和来源

1. 退休以后经济生活模型
2. 中产家庭养老金安全屋
3. 社会养老的变革
4. 中国老龄化社会即将到来
5. 中国人的寿命在不断增加
6. 保险资产传承的基本法律框架

**案例：**政府近年来关于社会养老体系建设相关文件

**案例：**老龄化的日本、韩国

**剧本演练：**年金销售之道的销售逻辑演练及通关

## **第六讲：销售工具的使用**

### **一、思维导图**

1. 收集信息
2. 画思维导图
3. 需求点分析
4. 解决方案

**案例：**思维导图销售案例

### **二、常用工具应用**

1. 罗伯特议事规则
2. 时间象限管理
3. SWOT 分析法