

打开有效销售年金险的关键之门

课程背景：

开门红是各大保险公司、营销团队和伙伴一年中最为关注的时刻，而年金险一直都是开门红的主打产品，可以成交大客户，拉升件均保费。

现实经营中，大家总会遇到如下困惑：客户不认同年金险的受益，太低，不如买基金和股票；客户对于年金中的教育和养老作用，总是不着急；有的客户总吐槽年金险平时取出来，钱太少，如果想更多领取，又要等好久的时间，太麻烦.....

面对以上诸多问题，既要提升销售技能与话术，更要在深层次提升营销伙伴对于年金险的常识认知，尤其是对于年金险在家庭财务规划中真正的价值掌握，和有效解决客户潜在的巨大需求和担忧。

本套课程，在对年金险基本常识认知基础上，探索年金险的核心价值，进而精准锁定目标客户群体。我们将使用生命周期与家庭模型、标准普尔家庭资产配置等理论，结合案例讨论、角色扮演、话术训练等落地环节，最大程度上做到学以致用、知行合一，收到效果。

课程收益：

- 牢固认知和掌握年金险的基本定义
- 深层次掌握年金险在当下社会经济环境下的价值所在
- 掌握年金险对于投资、教育储备、养老储备的价值
- 锁定年金险的最佳三大目标客户群体、30大准客户名单
- 掌握用需求分析和顾问导向的年金险的销售逻辑和方法
- 通过多频次案例讨论、角色扮演掌握年金险销售的实际方法
- 提升年金险销售的热度和熟练度

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：寿险公司营销团队及代理人

课程方式：讲授互动、提问发表、案例讨论、角色扮演

课程风格：

- **逻辑清晰，思路明确：**课堂更清晰的纲要，让学员可以在清晰的逻辑和思路引导下，聆听更容易
- **内容至简，核心突出：**时刻关注核心效果，信息至简，更容易突出年金险的学习销售的关键逻辑关系和实质内容的掌握
- **案例讨论，结合实际：**课堂较多频次使用案例讨论的方式，使得课程更加切合实际，方便学员学以致用
- **互动交流，氛围轻松：**课堂上较注重与学员进行发问、聆听、交流等形式的互动，注重学员回应，课堂氛围生动活跃，轻松愉快

课程工具：

- 客户基本信息表
- 生命周期与家庭模型表
- 标准普尔家庭资产配置象限图
- 需求分析与顾问导向式销售逻辑及参考话术

课程大纲

课程导入：

开篇之问：年金险销售成功的关键要素

1. 知己——掌握年金险本身
2. 知彼——目标客户群体

第一讲：“知己”——认知年金险的真相本原

一、年金险定义

二、年金险特征

1. 固定返还
2. 时间效应
3. 复利增值

三、年金险的价值作用

1. 安全保本，应对变幻莫测的未来

- 1) 宏观经济及行业环境

案例：近5年左右国家金融形式、经济市场风险及受益状况

- 2) 微观个人及家庭变化

案例：单身期、家庭形成期、家庭成长期三大模型下的年金储备

- 3) 为其他投资创造基础

2. 强制储蓄，抵抗多样的诱惑变化

案例：单身白领依靠年金险抵制消费欲望

3. 固定返还，养老与教育储备的首选

案例：家庭形成期中孩子的教育金和父母养老金的博弈

四、年金险的用途

1. 指向性用途

- 1) 教育金储备
- 2) 养老金储备

案例：35岁家庭的孩子教育金、夫妻两人养老金

2. 非指向性用途

- 1) 稳健保本投资
- 2) 生活备用金储备
- 3) 财富传承

案例：以往客户中产家庭稳健投资案例

案例：高端客户财富传承案例

第二讲：“知彼”——精准锁定目标客户群体

开篇之问：哪些客户群体更需要年金险

1. 需要固定教育金储备的孩子
2. 更需要固定养老金储备的青年（30—45岁）
3. 稳健投资保守派
4. 财富保全传承群体

案例：同业公司销售年金险的客户群体

一、目标客户群体的画像（关键信息）

1. 基本信息
2. 事业信息
3. 家庭信息
4. 财务信息
5. 风险偏好及个性化

二、目标客户群体的核心需求

1. 外部因素导致需求

- 1) 国际国内政治经济形势走向
- 2) 投资市场变化
- 3) 人口结构变化所带来的教育和养老趋势

2. 内部因素导致需求

- 1) 生命周期与家庭模型下必须面对的现实与未来
- 2) 个人及家庭在事业、财务方面的发展趋势
- 3) 过往经历与性格特点

案例：中美贸易战背后的业绩下滑与二胎背后的教育市场

案例：70 与 80 进入养老危机

案例：购买年金险客户的心声表达

课堂作业：现场罗列年金险的 3 大准客户渠道和 30 大准客户名单，涵盖关键信息

第三讲：“布阵”——年金险配置的黄金准则

开篇之问：怎样做家庭资产更科学

1. 尊重生命周期与家庭模型
2. 尊重投资的三大原则
3. 参考标准普尔的家庭资产配置

一、生命周期与家庭模型

1. 三大生命与五大家庭模型
2. 八大财务需求
3. 与年金有关的四大财务需求

案例：35 岁家庭模型背后的财务和年金需求

二、三大投资原则

1. 收益性
2. 安全性
3. 流动性

案例：股票、基金、保险年金的特质

案例讨论：35 岁中产家庭关于教育、养老储备的三大投资原则策略组合

三、标准普尔的家庭资产配置

1. 四象限的基本原理介绍

探讨互动：四象限中保险产品的配置

案例：保险在 35 岁家庭中的必然选择

2. 四象限中年金险选择的探讨

- 1) 首选第四象限
- 2) 次选第三象限

案例：年金保险在 35 岁家庭中的必然选择

3. 运用标准普尔家庭资产配置四完整规划客户资产配置

案例讨论：模拟客户真实财务状况，做全方位资产配置

案例讨论：上述案例中，侧重做教育金、养老金、投资这三大资产配置

第四讲：“交战”——顾问导向式的年金销售面谈

开篇之问：客户喜欢怎样的面谈和服务

1. 更全面的知情
2. 被尊重和理解

3. 自我主导和安排

一、何为顾问导向式销售

1. 顾问导向的说明

- 1) 注重自我身份和立场
- 2) 注重发问、聆听和说明的配合运用
- 3) 注重专业知识体系与实际情况的结合

2. 与产品销售导向的不同

- 1) 立场和身份不同
- 2) 过程和方式方法
- 3) 客户的体验不同

3. 顾问导向的关键

- 1) 注意开篇道明来意
- 2) 注重发问、聆听和说明的配合使用
- 3) 注重专业知识原理与客户实际情况的结合

二、如何运用顾问式导向

案例列举：以往销售年金险的案例分享

方法说明：销售逻辑及范本说明

案例讨论：结合真实客户渠道和名单做销售讨论

讲师示范：讲师与学员做模拟示范

现场训练：借助真实客户名单，结合流程、话术做角色扮演的训练

三、目标管理与落地行动

1. 回顾年金险的本质
2. 回顾目标客户群体的画像与核心需求
3. 回顾目标客户群体的3大渠道和30大名单
4. 回顾需求分析和顾问导向式销售的逻辑和方法
5. 制定3个月销售目标

头脑风暴：成功的必然举措说明：销售逻辑范本说明

相互激励：小组全班分享目标并相互激励