

高效保险销售力是怎样炼成的

课程背景：

银行零售业务发展至今，网点开始面临极大的竞争压力，政策和环境的变化让网点营销的产品更趋复杂，随之带来银行对于客户管理和产品营销趋向多元化，在这个过程中网点经营的难度逐步提高，而其中复杂类保险产品的销售是各类销售任务中行员最难以突破的重点，针对面对客户的网点终端岗位的一线员工，如何给予他们有系统、可操作、可复制的培训和训练越来越受到重视。

本课程基于以上内容，为银行一线营销人员量身定制，从案例切入、用经验启发、结合现场互动练习和总结，从多个纬度给出银行销售人员解决保险营销难题，让他们通过专业的训练，建立保险的营销自信，同时通过话术和行为动作的设计，让各岗位动作统一，在网点内部形成规模效应，同时让管理人员可以通过行为的统一作为有效管理抓手，以业务的产出作为直接体现。对于所有参训学员来说，要能够实现“听了就能用，用了就有效”，把更多客户维护和产品营销的方法和动作的学习在课堂上就能解决，课程结束后立刻就能实战运用。

课程收益：

- 帮助行员树立保险销售的信心，从根源解决客户维护难和营销难的问题
- 帮助行员建立精准规范的保险营销思路，从前期准备到最后成交流程环环相扣
- 帮助行员用最高效的沙龙活动批量引导客户，用活动维护客户，用活动产生业绩

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：网点负责人、理财经理、银保渠道资深客户经理、渠道经理

课程方式：讲师讲授+案例分析+视频互动+情景模拟+实操演练

课程大纲

导引：日常销售保险产品的现状和痛点

第一讲：找到销售成功关键因素

一、成功的内在因素——专业的服务

1. 改变体态——行动、情绪

案例：预演未来——手指延伸体验、如何应用到营销过程

2. 稳定心锚——讯号按钮（视觉、听觉、触觉）

案例：一分钟检讨——共同点建立

3. ICIC：形象、能力、意图、共同点

案例：不是我们以为自己是誰，而实客户认为我们是誰

二、成功的外在因素——客户的过程体验

1. 以客户为中心

1) 围绕客户进行销售

2) 优先考虑需求

3) 建立信任

2. 让客户高度参与沟通

1) 引导自然和舒服的沟通氛围

2) 让客户在谈话中有收获

3. 掌握有效的销售节奏

1) 激发兴趣

2) 引导购买欲望

3) 帮助客户解决问题

4) 识别购买信号

第二讲：销售技巧——建立联系

一、短信、微信常态维护

1. 知识营销短信的编写注意点

1) 只谈观念、不谈产品

2) 内容落地、留有余地

3) 事先计划、循序渐进

2. 情感营销知识的编写注意点

1) 先外而内、形象先行

2) 由内而外、发自内心

3) 未雨绸缪、按部就班

3. 电话邀约六步骤

1) 理清准客户、自己和银行的关系

2) 陈述电话理由

3) 传递关键信息

4) 控制客户抵触情绪

5) 自信的收尾

6) 确认邀约

案例：电话邀约话术示例

二、面对面邀约

1. 确认——全名、身份

2. 介绍——自我介绍

3. 检查——对方是否方便

4. 理由——陈述会面理由

5. 邀约——日期、地点

6. 巩固——再次陈述要点

案例：面对面邀约话术示例

第三讲：销售技巧——发掘需求

一、综合性服务方案介绍

引言：6类配置图——不同的客群选择不同的资产配置示意图

1. 金子塔型资产配置

2. 足球阵型资产配置
3. 帆船模型资产配置
4. 冰山模型资产配置
5. 人生成长模型资产配置
6. 标准普尔模型资产配置

二、与客户互动到服务中

1. 问卷调查
2. 新闻八卦
3. 探询客户需求主题
4. SPIN 销售法
5. 黄金问题建议

小组演练：开场及定义需求

三、证实客户需求

1. 目标发展模型 (GDM)

- 1) 这个主题为什么对您很重要？
- 2) 关于这个主题，您有什么期望或者担忧？
- 3) 关于这个主题，您愿意付出多少以及什么时间？
- 4) 对此您现在有什么计划了吗？
- 5) 接下来您认为有什么事情可能会阻碍您的计划？
- 6) 现在请让我反馈您所理解的内容是否准确？
- 7) 假如我能提出一个合理的并且可负担的方法去达成这个主题，您愿意听我解释吗？

小组演练：需求证实

2. 过程要点

- 1) 学会倾听
- 2) 记录要点
- 3) 重复重点

四、量化需求

1. 量化模型

- 1) 加法——运用工具最大化需求
- 2) 减法——结合现实减少忧虑
- 3) 除法——展示方案排除选项
- 4) 乘法——强调优势重复销售

2. 量化工具

- 1) 产品计划书
- 2) 产品利益演示表

第四讲：销售技巧——获得成交

1. 开始时

- 1) 重申共识——回顾客户需求
- 2) 轻松开始——设定感性情境，引用事件

2. 过程中

- 1) 利益展示不暗示、不留悬疑
- 2) 产品话术模压

小组演练：千字文模压

- 3) 13 话术的原理及应用

小组演练：13 话术模压

3. 结束时

- 1) 带领客户进入感性情境
- 2) 引用时间或3方故事强化

小组演练：提出解决方法

4. 四种成交法

- 1) 假定成交法
- 2) 试探成交法
- 3) 故事成交法
- 4) 恐惧成交法

5. 异议处理模型

- 1) YES 对客户表示理解
- 2) BUT 解答客户异议
- 3) SO 产品再次总结
- 4) CLOSE 促成

小组演练：异议处理练习

第五讲：高效沙龙开展（根据客户需求定制）

1. 前期准备的183231原则

案例：3小时的沙龙，如何签下33单产品

2. 过程组织的7项埋雷逐一落地

案例：父母专业沙龙的七次埋雷

3. 结束后的高效追踪

案例：沙龙结束一周后成功追单210万

课程收尾：

1. 回顾课程、构建本次课程的学习地图和行动方案
2. 答疑解惑、结语