

# 银保期交产品销售技能强化

## 课程背景：

近年来，银保市场销售模式和产品结构不断转变，尤其自 2018 年银保监会合并以来，更是加大了对于保险公司的监管力度。在多次会议上强调“保险姓保”，要求保险销售回归保险的本源，重点强调各家公司产品设计要突出保险的保障功能，弱化了投资收益功能。这样的政策改革不仅仅对保险公司是一大挑战，对于需要庞大中收的银行也说也是非常严峻的考验。过往银行理财经理在完成保险中收时往往会选择销售简单的趸交产品或者类期交产品，对于长期的保障型期交产品销售从心里产生抗拒。觉得期交销售耗费时间多，客户接受度低，销售难度大。然而事实是银行理财经理并没有真正了解保险产品特点和功用，也不了解期交产品的销售流程和方式，所以才对期交销售有恐惧。

同时，对于银行管理层来说，也希望能够全面提升理财经理的销售能力来应对银行各项销售指标，在同业竞争中脱颖而出。期交保险的销售是金融产品中难度最高的，如果能够销售好期交保险，那么销售其他理财产品就更加可以得心应手。因此银行也需要通过期交保险的销售来提升整个理财经理队伍的销售能力。

## 课程收益：

- 让学员了解保险的本质，期交保险产品到底对于客户有什么作用，从专业的角度剖析银保产品的种类及其作用，让理财经理明白销售保险不是卖收益，而且为客户提供保险保障，解决客户的各类风险问题。从根本上树立理财经理正确的保险销售观念。
- 让学员能够了解专业化期交销售的全流程内容，与产品推介形成强烈对比，改变以往的简单销售模式，向专业化销售转型，提升学员的专业销售能力。
- 通过对各销售环节的细分，拆解每个营销动作的关键点，匹配产品话术，帮助学员在学习过后有效地运用于实践工作中，真正做到学以致用。

**课程时间：**2 天，6 小时/天

**课程对象：**银行理财经理

**课程方式：**讲授+互动讨论+情景演练+案例话术呈现

## 课程大纲

### 第一讲：走进保险

#### 一、什么是风险

1. 风险的定义
2. 风险的特征
  - 1) 风险的不确定性
  - 2) 风险的客观性
  - 3) 风险的可测定性
  - 4) 风险的损害性

#### 二、人寿保险中对应的风险种类

##### 1. 健康风险

- 1) 环境的污染
- 2) 食品安全问题
- 3) 不良的生活习惯
- 4) 高强度的工作压力

**小组讨论：**举例身边遇到的健康风险

## 2. 养老风险

- 1) 人口老龄化
- 2) 社保替代率不足
- 3) 平均寿命的延长
- 4) 财富积累的困难

小组讨论：对中国养老趋势的看法

## 3. 死亡风险

- 1) 收入损失
- 2) 债务纠纷

## 4. 财富损失风险

- 1) 婚姻风险
- 2) 继承风险
- 3) 企业经营风险
- 4) 债务风险

## 三、银保期交产品种类及其对风险防范的功能介绍

### 1. 重疾险

#### 1) 重疾险的分类

- a 按保障种类分
- b 按保障期限分

#### 2) 重疾险的优势

- a 确症即赔付，无需垫资
  - b 确症后可免交后期保费
  - c 购买之日起即刻享有保险保障
- 3) 重疾险适合的人群分析
  - 4) 重疾险购买额度建议

### 2. 年金险

#### 1) 年金险的分类

- a 按领取方式分
- b 按领取时间分

#### 2) 年金险对客户的作用

- a 可规划为养老金、教育金等需按期领取的资金
- b 对企业主来说做到家企资产隔离，规避债务风险
- c 父母对子女的生前赠与和人生规划，避免婚姻风险及财富的外流

### 3. 终身寿险

- 1) 保障客户生命安全，体现人生价值
- 2) 凸显保险保障功能及杠杆效应
- 3) 规避客户债务和税收风险

### 4. 分红险

- 1) 现金分红
- 2) 增额分红

### 5. 万能险

- 1) 结算利率解读
- 2) 万能账户分类

## 四、保单架构分析

### 1. 保单架构关系人身份解读

- 1) 投保人

- 2) 被保险人
- 3) 受益人
- 2. 保单架构设计分析**
- 1) 投保被保险人为同一人
- 2) 投保被保险人非同一人

## 第二讲：银行存量客户的电话邀约

### 一、拨打前准备

#### 1. 客户资料分析

- 1) 客户目前在银行所购买理财产品的情况
- 2) 客户在银行的资金情况
- 3) 寻找客户感兴趣的话题切入点

#### 2. 自我准备及物料准备

- 1) 自我准备：练习、心态、表情
- 2) 物料准备：客户资料、安静的环境、纸笔
3. 明确电话约访的根本目的
4. 电话约访拨出最佳时段

### 二、呼出三部曲

#### 1. 开场白

- 1) 开场白遇到客户本能拒绝如何处理
- 2) 避开客户拒绝的“触发点”
- 3) 开场“黄金十秒”话术

#### 2. 致电内容设计——给客户一个无法拒绝的理由

- 1) 诱之以利
- 2) 胁之以灾
- 3) 动之以情
- 4) 晓之以理

**案例+话术展示：**沙龙活动、理财到期、节日活动、贵宾服务

#### 3. 敲定时间

- 1) 多使用封闭式提问
- 2) 控制通话时长，切记邀约的目的是见面而不是电话销售

### 三、异议处理

1. 推脱型客户异议处理
2. 抱怨型客户异议处理
3. 无意向型客户异议处理
4. 排斥型客户异议处理

**针对以上四类客户分析表现形式，应对策略和话术展示**

## 第三讲：银保期交产品专业化销售——完美接触

**视频分析：**影片《全民情敌》片段欣赏

### 一、接触的定义和目的

#### 1. 接触的定义

#### 2. 接触的目标

- 1) 建立信任，拉近与客户的距离
- 2) 收集资料，为挖掘客户需求做准备

### 二、接触的技巧

## 1. 接触的关键点

- 1) 开口是金
- 2) 创建良好关系
- 3) 消费心理/行为
- 4) 发掘提问点

## 2. 寒暄

- 1) 寒暄的内容
- 2) 寒暄的作用
- 3) 寒暄的要点——问、听、说
- 4) 寒暄的注意事项

## 3. 赞美

- 1) 赞美的内容
- 2) 赞美的要点
- 3) 赞美的注意事项
4. 消费心理/行为学分析

现场演练互动：找到同伴的 10 个赞美点

话术展示：围绕期交销售给出话术案例

## 第四讲：银保期交产品专业化销售——探寻需求

### 一、探寻需求的重要性

案例分析：《老太太买李子》案例导入分析，引出探寻需求的重要性

### 二、客户需求分类

互动提问：归纳客户购买保险的需求

### 三、探寻需求的核心技巧——有效提问

#### 1. 开放式提问

- 1) 开放式提问的定义——举例
- 2) 开放式提问的优缺点

#### 2. 封闭式提问

- 1) 封闭式提问的定义——举例
- 2) 封闭式式提问的优缺点

#### 3. SPIN 提问技巧

- 1) 问现状——客户的现状和事实
- 2) 问感受——客户对问题产生的感受
- 3) 问思考——让客户思考，暗示问题的严重性
- 4) 问决定——解决问题，做出决定

话术展示：围绕期交销售给出话术案例

讨论发表：结合行内在售的一款保险产品，写出 SPIN 提问话术

## 第五讲：银保期交产品专业化销售——方案呈现

### 一、方案呈现的核心

1. 客户想要的正是我能给的

#### 2. 方案呈现的方式

- 1) 计划书
- 2) 宣传页
- 3) 策划案

### 二、方案呈现的方法——FABE 法则

1. FABE 定义

2. FABE 法则分析

案例：从生活中的案例强化 FABE 法则的功效

话术展示：围绕期交销售给出话术案例

讨论发表：结合行内在售的一款保险产品，写出 FABE 介绍话术

## 第六讲：银保期交产品专业化销售——有效促成

### 一、促成的定义和流程

### 二、促成的时机把握分析

1. 沉默不语时

2. 犹豫不决时

3. 表示赞同时

4. 询问细节时

### 三、促成的方法及操作注意点

1. 二择一法

2. 风险分析法

3. 利益驱动法

4. 最低成交法

5. 注意事项

话术展示：围绕期交销售给出话术案例

## 第七讲：银保期交产品专业化销售——异议处理

### 一、分析在销售流程的各个环节产生异议的原因

1. 接触环节关键词——信任

2. 探寻需求环节关键词——精准

3. 方案呈现环节关键词——匹配

4. 促成环节关键词——适时、反复

总结：如果结果出现问题，一定是过程出了问题

### 二、正确看待异议处理的心态

1. 提出异议是客户的本能反应

2. 没有异议就没有销售的成交

3. 异议往往是客户的借口，要找出真正的拒绝理由

### 三、处理异议问题的方法和流程

#### 1. 异议处理的流程

1) 流程模型介绍

2) 注意点：倾听比雄辩更重要

2. 异议处理的方法

话术展示：围绕期交销售给出话术案例

情景演练：学员分组进行两两演练，并抽取学员进行现场展示，讲师进行点评。