

个险沙龙运作实操解析

课程背景：

沙龙运作一直是寿险行业保费产出的重要途径，尤其是对于新入行的人员来说，可以借力公司的运作，更有效的更专业地进行保险营销。但是很多新人无法有效邀约客户，出现约的不来，来的不对，现场不买，买了要退等常见现象。本课程通过专业解析对沙龙前邀约，沙龙现场有效促成及事后追踪三个环节进行细节剖析，使营销人员可以在整个沙龙的运作中起到事半功倍的效果。

课程时间：1天，6小时/天

课程对象：寿险营销顾问

课程方式：讲授+小组讨论+演练

课程收益：

- 让学员了解沙龙运作的全流程，从简单的表象了解向深度的精髓掌握转变
- 解析沙龙运作每个环节的关键点，让运作人能够针对每个环节安排合适的人员，从细节上对沙龙每个运作环节进行把控
- 让学员明确自己在每场沙龙活动中所要扮演的角色，并作出符合角色定位的流程化动作
- 破解沙龙操作的难点，让沙龙的开展行之有效

课程大纲

第一讲：沙龙活动前准备工作

一、客户邀约的核心目的

二、客户邀约理由的设计

1. ISHSI 原理

2. 以活动为中心一个包装点，一个吸引点

三、短信发送的方式及技巧

1. 短信发送的目的

2. 短信发送的要点

四、电话邀约的技巧

1. 开场白的技巧

1) 避开客户拒绝的“触发点”

2) 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

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

4. 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

讨论发表：根据命题，编写邀约客户活动的话术

五、上门递送邀请函邀约的技巧

1. 上门邀约的好处

- 1) 引起客户的高度重视
- 2) 更好地搜集客户真实信息
- 3) 最大程度拉近与客户的距离，增加信任感
- 4) 提前做好销售铺垫

2. 上门递送的注意点

- 1) 时间段的选择
- 2) 上门人员的选择
- 3) 关注客户隐私，避免信息泄露
- 4) 谈话时长的控制

讨论发表：撰写客户邀约话术

现场演练：如何邀约客户

六、会场布置

1. 符合活动主题
2. 温馨为主，选择暖色调
3. 尽量让空间封闭，增加客户的安全感，减少干扰
4. 功能区域划分，配合流程的运作

5. 会场布置的基础物料

- 1) 投影设备
- 2) 食品茶饮
- 3) 其他装饰品

第二讲：沙龙活动现场的关键时刻关键动作

一、接触破冰

1. 接待

- 1) 人员安排和协调
- 2) 接待的要求和关键点

2. 接触

- 1) 建立信任非常重要的时刻
- 2) 客户信息的搜集
3. 候场

二、活动参与

1. 领导致辞内容要点
2. 促成人员带动过程
3. 全体人员以身作则

三、推动成交

1. 回顾

- 1) 回顾讲师主讲核心点
- 2) 回顾产品卖点
- 3) 回顾现场活动

2. 爆炒

- 1) 稀缺性炒作
- 2) 购买资格的炒作

3) 购买氛围的炒作

四、现场 007 的安排

1. 007 的作用

- 1) 与客户建立同理心
- 2) 推动成交
- 3) 化解尴尬氛围，烘托热烈的销售氛围

2. 007 的安排

- 1) 007 发言时间点的选择
- 2) 007 发言内容的安排

讨论发表：促成话术撰写

场景路演：组织学员模拟沙龙现场，并进行分角色扮演

第三讲：活动后的总结和追踪

一、活动后的追踪

1. 追踪时间：黄金 72 小时

2. 追踪话术

- 1) 包装稀缺性
- 2) 包装时效性
- 3) 包装紧迫性

3. 追踪不成功的处理方式

- 1) 留有后续追踪的余地
- 2) 经营客户的愧疚感

二、活动后的总结

1. 总结得失，弥补缺点，发挥优点
2. 总结投产比，是否持续进行