

保险公司的客户开发与销售技能提升

第一章、客户的销售流程解析

1. 建立客户满意式销售流程的思路

以客户的流程考虑问题

合作关系，双赢结果，同舟共济

客户为专业的客户，专业人士之间的对话

2. 客户满意式销售流程分析

了解或挖掘需求阶段

推荐产品阶段

完成购买阶段

售后服务阶段

第二章、针对客户的销售模式

一、成功销售人员的特点

诚信

专业（形象及知识）

善于聆听

了解客户

二、成功销售人员的突出技能：四个善于

善于提问

善于聆听

善于回答

善于解决问题

案例分析：为什么老金总能攻破大客户，小王却不行？

小组讨论：老金的法宝真是这样吗？老金是真心爱顾客吗？

三、建立高绩效的客户销售模型

1. 硬态三角形分析

产品，质量，价格

2. 软态三角形分析

职业态度，相关知识，沟通技巧

3. 高绩效销售公式

第三章、针对客户的 SPI 顾问式销售方略

一、传统销售线索和现代销售线索

1. 传统销售线索：

了解需求 — 推荐产品 — 购买

2. 现代销售线索：

客户还没想买 — 引导需求，SPI 提问

二、什么是 SPI 提问方式

1. Situatioquestio 询问客户现状的问题

2. Probemquestio 了解客户困难的问题

3. Impicatioquestio 引申出更多问题的问题

4. eed-payoffquestio 明确产品价值的问题

三、封闭式提问和开放式提问

1. 封闭式提问：是，否，用于转移话题
2. 开放式提问：启发客户

四．如何起用 SPI 提问

1. 拜访前认真准备
2. 平时多练习，多实践
3. 大数量练习，先讲数量，再重质量
4. 先在家里和朋友间运用

案例分析：SPI 提问发明者说服朋友买新车

五．SPI 提问方式的注意点

1. 现状问题提问注意点：

是基础工作，要打实

问得太多，查户口，客户抵触，反感

2. 困难问题提问注意点：

建立在现状基础上

为了开发隐藏需求

3. 暗示或引申问题提问注意点：

最难的问题

提前认真准备

使客户开发出明显需求来

案例分析：不吃早餐，会影响健康，工作，学习，。。。

4. 价值问题提问注意点：

解决方案带来的好处

客户只能被自己说服

内部营销作用

小组练习：对于你的产品假想某一类型的客户进行 SPI 提问

第四章、如何了解或挖掘大客户的需求

引言：赢得客户信任的第一步 — 客户拜访

一．初次拜访的程序

1. 问候
2. 自我介绍，交换名片
3. 进一步发展和客户的关系
4. 销售对话 — 运用 SPI 提问方式

二．初次拜访应注意的事项：

1. 营造良好氛围
2. 显示积极态度
3. 抓住客户兴趣
4. 对话性质的拜访，交流充分
5. 主动控制谈话方向
6. 保持相同的谈话方式
7. 注意礼貌及专业形象

三．再次拜访的程序：

1. 问候客户
2. 回顾上次拜访的结果
3. 说明此次拜访的目的

4. 明确拜访占用的时间

四. 如何应付消极反应者

1. 消极反应者分类：

专业采购人员

大生意决策者

高级经理

2. 销售人员的表现：

不知道该如何下手

变得非常紧张

3. 对待消极反应者的注意事项：

不要说得过快

不一定是异议产生者，不要紧张

不过度反应：急躁等

不过度重复

4. 可行的对待法则：

明天再来

自己少说，多用视觉功能——看资料等等。

找对人

不要太着急

直言不讳，多提问，少说话

小组讨论：1) 你在销售工作中碰到过哪些消极反应者？

2) 你认为该如何应对？

五. 要善于聆听客户说话

1. 多听少说的好处

获知客户信息，及时调整政策

表示对客户尊敬

消除客户的紧张和警觉

增加客户的热情和信心

增长自己的学识

2. 多说少听的危害：

客户逐渐失去兴趣

客户将所要说的话藏在心里

客户更加思考你的不足

客户感到压力增大

案例：客户对小李的第一句话是“你走吧，我知道了”

3. 如何善于聆听

应当用眼睛听

时不时对客户的讲话发表评论

谈话内容仍在自己掌控之下

六. 了解或挖掘需求的具体方法

1. 客户需求的层次

表面需求——合同条款

实际需求——采购指标

本质需求——解决方案

提问技巧：反复练习，多问少说

2. 目标客户的综合拜访

- 1) . 决策者：高职位人需求甚么？[FS:PAGE]
- 2) . 支持人员：助理，秘书等小人物。
- 3) . 技术人员：技术责任
- 4) . 使用者：考虑什么？
- 5) . 计划财务人员

案例分析：小林推销给排水设备的故事

3. 销售员和客户的四种信任关系

- 1) 局外人
 - 2) 朋友
 - 3) 供应商
 - 4) 合作伙伴
- ## 4. 挖掘决策人员个人的特殊需求

案例分析：某设备大公司副总裁把订单给了一普通销售员（喜欢射击运动）

小组讨论：1) 你和客户的关系经常是哪种类型？

2) 请分享你成功或失败的典型事件

第五章、如何具体推荐产品

一 . 使客户购买特性和产品特性相一致

1. 说服客户调整需求的优先顺序：和产品相一致

案例：小马卖电脑，说服客户

2. 调整自身产品特性以满足客户需求的优先顺序

案例：小刘卖水泵，更换材质

二 . 处理好内部销售问题

简洁明了的项目建议书的重要性

三 . F A B E 方法的运用

1. 介绍产品的方法 --F A B E 方法

F (Feature) 特征：说出产品的特征

A (Advatage) 优点：抓住产品的优点

B (Beefit) 顾客的利益：和顾客的利益相结合

E (Evidece) 证据：举出证据来证明

例子：介绍木质地板

例子：介绍真皮沙发

2.F A B E 方法的实质

利益驱动 — 利益坐标曲线图

例子：猫和鱼的故事

例子：进口电池与国产电池

小组讨论：

1) 你公司产品如何进行 F A B E 方法介绍？

2) 选择你认为熟悉的两种商品进行 F A B E 方法介绍，然后分享给大家。

四 . 推荐商品时的注意事项

1. 不应把推销变成争论或战斗

案例：某寿险销售员的 10 年败局

2. 保持洽谈的友好气氛

业界经验：买主喜欢和蔼可亲的销售员

案例：小刘为什么和客户张科长成为了挚交

3. 讲求诚信，说到做到

案例：一个令买主 20 年不忘的销售员

4. 控制洽谈方向

利用 SPI 提问方式

5. 选择合适时机

不适当的时机：

客户忙碌时

客户情绪不佳时

客户财政能力紧张时

6. 要善于听买主说话

7. 注重选择推荐商品的地点和环境

案例：一位男装采购员的两个典型事例

五. 通过助销装备来推荐产品

1. 产品样品

案例：克拉理公司的军用打印机

2. 照片

3. 幻灯片演示

4. 模型

5. 影片或录像

6. 书面材料

7. 无形商品的形象化（保险，服务等）

1) 播放受益小影片

2) 图表的价值

六. 巧用戏剧效果推荐产品

1. 制造戏剧效果的妙用

1) 可以把客户置于感情色彩当中

例子：如何推销轮胎更有趣更形象

2) 人们喜欢听生动的故事

3) 使客户牢记住自己的产品

2. 制造戏剧效果的方法

1) 使用当面试验的方法

案例：安利公司销售员演示洗涤剂对比试验

使用当面试验法的注意事项

案例：矛与盾的故事

2) 使用编故事法

3) 使用修辞艺术

明喻

案例：一个电器销售员的技巧

暗喻

若干实例

类推

案例：某飞机驾校推销员的技巧

小组练习

1. 你如何看待巧用戏剧效果推荐产品？
2. 对贵公司产品做一个戏剧效果推荐的方案。

七. 使用适于客户的语言交谈

1. 多用简短的词语

案例：林肯著名的葛底斯堡演讲词

2. 使用买主易懂的语言

案例：某地产经纪人为什么失败？

案例：某保险销售员为什么成功？

现场提问：结合自身的工作你从此案例中得到什么启发？

3. 与买主语言同步调

语音大小，语速，语调等

4. 少用产品代号

案例：某年轻销售员推销信件分投箱的故事

5. 用带有感情色彩的语言激发客户

1) 根据客户特点预先选择词语

2) 要特别研究动词和形容词的使用

第六章、排除妨碍的有效法则

一. 对待障碍的态度

1. 障碍是销售过程的正常现象
2. 障碍使销售员的工作具有更大意义
3. 障碍是探查客户内心反应的指路标

二. 障碍的种类

1. 明确障碍和隐蔽障碍
2. 正当障碍和不正当障碍
 - 1) 两种借口式正当障碍
 - 2) 常见不正当障碍

案例：一位经理的异议

3. 按销售活动的不同方面划分

对产品不满，对价格不满，对业务员不满，对公司不满等

三. 如何查明目标客户隐蔽的心理障碍

1. 提问题

直接提问示例

间接提问示例

2. 不断追问您还有什么意见

不断追问示例

3. 以诚换诚法

著名保险销售员的发明

4. 人身保护权法

著名女设备销售员的发明

5. 进行“四无”书面调查

著名工业品销售员的发明

6. 靠知觉和洞察力

案例：高女士的“引蛇出洞”

小组讨论：

- 1) 你对本节介绍的国外销售员勇于发明销售技巧有何感触？
- 2) 你工作中最得心应手的查明客户隐蔽心理障碍的方法是什么？举出实例来和大家分享。

四. 排除障碍的总策略

1. 避免争论

- 1) 与客户争论只能使你生意失败
- 2) 一位著名散文家的精彩描述
- 3) 富兰克林的著名自述

小组讨论：

- 1) 谈谈你对散文家描述及富兰克林自述的理解，它们是否对工作和生活具有指导意义？

- 2) 你也经常犯此错误吗？从今以后能改掉吗？

2. 避开枝节问题

案例：一位女推销员的失误

3. 既要不要伤感情，又要排除障碍

- 1) 不责怪不申斥
- 2) 让步
- 3) 尊重对方
- 4) 转移目标
- 5) 先唱赞歌

4. 何时必须立即排除障碍

一般情况下都应立即排除

5. 何时不必立即排除障碍

- 1) 过早提出价格问题

示例：空调女销售员的办法

- 2) 提前提出的问题

示例：男装推销员的办法

- 3) 琐碎无聊的问题

示例：某知名推销员的办法

6. 先发制人排除障碍

- 1) 排除价格障碍

示例：某知名推销员的办法

- 2) 排除“考虑考虑”障碍

示例：某知名推销员的办法

- 3) 排除“我没钱”“我要商量”障碍

示例：某保险推销员的办法

7. 排除障碍前应做到的事情

- 1) 开口讲话前要认真聆听对方的问题
- 2) 要对客户的意见表现出兴趣
- 3) 不要过快地作出回答
- 4) 回答前先用问句重复一下对方的异议

使客户放心你的理解力

提供时间供你思考

重新夺回洽谈的控制权

8. 莫对可能买主的心理障碍大做文章[FS:PAGE]

1) 认真回答客户的每一个异议

2) 对每一问题征求对方是否满意的意见

3) 不要纠缠时间过长

有经验母亲的谚语

形象比喻：稀泥上的殿脚砖

提问：对于“孩子”和“稀泥上的殿脚砖”你是如何理解的？