

## 年金销售高手训练营

### ➤ 课程背景

中国已经正式进入老龄化社会阶段了,人民生活水平越来越高,对生活品质的追求也越来越高,因此如何让自己的退休晚年生活能持续保持一个高品质的状态成了国人比较关注的焦点.而在当前的中国经济发展形势下,国人对于养老金的规划除了储蓄和社保外,没有其他更多更专业的认知,这对于寿险行业的年金险销售来说是一块巨大的储备客户市场,本课程先是意愿的启动将从当前经济形势下对寿险队伍的服务专业度提出新的要求,互联网金融的冲击下,同质化产品的激烈竞争对寿险队伍的产品要求走差异化创新路线,中国老龄化社会对养老金规划的重要性,让寿险队伍跳出固有的思维,进而看到一个新天地.随后技能方面,将就年金险客户的分类\需求进行精准分析,对年金险客户的销售话术,技巧进行实操训练;最后实现人人都会讲年金险的小型产说会.

### ➤ 课程收益

- 1、帮助寿险队伍建立年金客户精准营销流程

- 2、培养年金客户开拓、识别、挖掘和持续服务的能力
- 3、学习并掌握 DISC 客户心理需求分析
- 4、学习并掌握 SPIN 客户需求导向型销售技巧
- 5、学习并建立正确的客户档案维护技巧
- 6、了解自我及客户的沟通模式,进而掌握与客户的沟通技巧
- 7、实现人人都会讲年金产说会

➤ **授课对象**

寿险公司主管,销售精英

➤ **课程时长**

2天

**授课方式**

实战讲授+案例研讨+情景互动+计划制定+行动学习

➤ **课程大纲**

开场破冰：“人字测试”-----换位思考，摒弃自我为中心的销售

**第一章 互联网时代的用户价值模型与转化**

**一、经济发展引发财富结构多元化**

- 1、你不理财、财不理你，到底我该理哪种财

- 2、信息交互引发采购模式理性化
- 3、充分竞争引发服务需求专业化
- 4、时代更迭引发产品方案个性化
- 5、国际环境引发高端理财全球化

**小组研讨：这五项用户模型的变革信息带来怎样的启示**

## 二、中国老龄化市场的加剧带来的商机

- 1、寿险产品的本质一定是回归“以客户需求为重心”

**现场检测：整理你的客户数据库**

- 2、保险的三个层次：保全、保够、与时俱进
- 3、互联网时代下寿险职业经理人的 KASH

## 第二章 主顾开拓模式变革与四大类客户解析

### 一、互联网时代主顾开拓模式变革

- 1、P 多元化：获客渠道多元化
- 2、D 深耕化：客户服务深耕化
- 3、A 精细化：营销模式精细化
- 4、E 延伸化：客户价值延伸化

### 二、了解你的客户性格

**测试：DISC 性格测试**

- 1、DISC 型格解析
- 2、四种型格客户的基本认知

视频学习+现场访谈+小组研讨

- 3、明确不同性格客户的保险诉求

- 4、明确不同性格客户的沟通模式
- 5、了解不同性格客户的促成技巧
- 6、不同性格销售人员的自我提升

### 三、年金客户精准分类与素描图

- 1、数据提取
- 2、精准分类
- 3、客户素描

### 四、现有存量客户年金销售价值深耕化

#### 世界咖啡：研究你的客户群体素描图

## 第三章 创新型活动策划与年金客户关系维护

### 一、储客活动的意义

### 二、高效年金客户开拓的方法

- 1、解决黄金三问：为什么买年金、为什么跟我买，为什么现在买
- 2、年金客户的异议处理：异议五环之歌

### 三、年金客户价值开拓三步走：体验—参与—习惯

### 四、年金客户转化过程的四个认同

- 1、认同自己
- 2、认同公司
- 3、认同产品
- 4、认同理念

### 五、创新型年金储客流程的两大要素

- 1、链接

2、渗透

## 六、创新型年金客户活动举办频次

1、每月：开拓

2、每周：维护

## 七、创新型年金储客系列营销活动

### 八、营销活动策划

1、营销活动策划六要素：时间、地点、人物；目标、流程、结果

## 行动学习：群策群力—创新型年金营销活动设计

2、课程总结与回顾。