

《保险存量客户维护与营销》

【课程背景】

目前营销人员队伍在工作中存在的主要问题：

- 1、营销人员将工作做不好归于环境影响，职业素养薄弱；
- 2、营销人员与客户关系不佳，缺乏客户分类、服务分层、产品分包的意识；
- 3、营销人员无法深入了解客户需求，以致难以准确地向客户销售产品，成交率偏低；
- 4、处理客户对产品产生异议的能力较弱，容易被他人影响，失去销售的信心。

【课程目标及效果】

- 1、激发营销人员对本职工作的热情，重塑职业心态；
- 2、使营销人员掌握娴熟的客户破冰与需求挖掘技巧，提高销售成效率；
- 3、利用交叉销售流程增加产品与客户的粘贴率；
- 4、掌握客户关系深挖技巧，有效解决客户信息不足问题。

【课程对象】

理财经理、财富管理顾问、金融业人员、个贷客户经理、对公个贷客户经理、基层主管

【课程时间】

1天，6小时。

【课程大纲】

一、客户需求深挖由我做起

1. 分组 PK 与 积分竞赛
2. 首富的成功要素
3. 你跟客户是什么关系？
4. 客户关系三大定律
5. 客户破冰的不二法则
6. 头脑风暴-状元故事
7. 破冰大法梳理
8. 头脑风暴-如果我是一名顾客
9. 我的蓝海在哪里？
10. 头脑风暴-客户的购买动机

二、客户需求深入环节解析

1. 催眠的艺术
2. 卸下心防最通用的方式
3. 关系深入的关键
4. 头脑风暴：深入法则大解析
5. 头脑风暴：影响力
6. 感性情境设定
7. 深挖客户信息流程
8. 熟客深耕广耕训练
9. 陌客深耕广耕训练
10. 感性营销
11. 心灵分享

三、技巧与工具梳理

1. 一样的产品不同的需求
2. 一样的服务不同的需求
3. 需求导入的五大关键
4. Maslow 需求层级与情境法则
5. 头脑风暴-未来我该怎么作
6. 看电影学引导式法则
7. 电影剧情：捕捉销售机会
8. 传统 KYC 与情境 KYC 的差异
9. 客户三大信息收集
10. 头脑风暴-写下适合自己的话术

四、掌握话术不求人

1. 制作专属于您的需求深入大法
2. 现在与未来的差异
3. 客户为什么要找我
4. 将客户带入情境三大关键
5. 如何掌握六大情境
6. 头脑风暴-情境分享跟我这样做
7. 头脑风暴-写下自己的情境故事