

财产保险大客户开拓与维护

【课程背景】

大客户是各个行业都力争的重要客户群体，尤其是财产保险行业，大客户对保险的采购经常用招投标的形式，使得竞争更为白热化，所谓“得大客户者得财产险”。

随着大客户的管理水平提高和保险知识日益丰富，需要我们提供更多的风险保障和附加值，大客户的需求也更加多样化和个性化。这就要求我们提高整体服务水平同时对不同客户实行差异化服务。

在此背景下，要想在激烈竞争中脱颖而出，不能仅仅只依靠传统的公关营销，需要与时俱进的更新我们的营销理念，才能立足于这个行业。

【课程收益】

- 1、掌握市场分析方法与技巧；
- 2、学会大客户的需求分析；
- 3、掌握与客户谈判的技巧、要领；
- 4、掌握大客户营销策略的制定、实施；
- 5、掌握招投标的方法、诀窍；
- 6、掌握大客户维护的几个原则、技巧

【课程时间】2天，6小时/天

【课程对象】财产保险公司销售人员

【课程方法】讲授、视频、讨论、演练等

【课程大纲】

第一讲：了解当前市场

一、分组讨论

我们所处的市场地位

二、当前市场数据分析

第二讲：大客户的重要意义

一、讨论：大客户的标准

二、大客户的意义

1. 案例——只有14个客户的销售高手

2. 大数据看大客户

第三讲 大客户营销特征

一、竞争白热化

二、客户需求多样化

三、采购透明化”

四、销售专业化

五、合作长期化

第四讲 讨论：SWOT分析

一、我们的优势

二、我们的劣势

三、我们的市场机会

四、我们的威胁分析

五、案例：某天然气财产保险项目 swot 分析

第五讲 大客户营销策略

一、客户驱动型产品策略

案例分析——安徽经验

二、品牌策略

1. 全员皆品牌
 2. 统一品牌形象
- ## 三、差异化定价策略
- ## 四、多元化渠道策略
- ## 五、促销策略
- ## 六、全流程服务策略

第六讲 实际操作

一、客从何来？

1. 老客户开发
2. 转介绍
3. 新开发
4. 讨论：我们目前的客户开发渠道，不足之处

二、找对人——谁是决策者？

1. 一人决策
2. 混合决策
3. 集体决策
4. 不以职务为决策唯一依据
5. 找准关键人物
6. 发展内线——影响决策的人

三、说清事

1. 对方要什么？
2. 我们能提供什么？
3. spin 提问方式
4. 讨论：客户常见的问题

四、问题就是答案-挖掘与呈现需求

1. 调查与通过沟通了解客户现状
2. 现状的问题-成交的驱动因素
3. 如何挖掘客户的真实需求
4. 客户本质的痛苦-成交的动力和因素
5. 客户痛苦不解决的障碍分析与引导技术

五、拜访演练

第七讲 财产保险招投标案例解读

一、某核电站项目

1. swot 分析
2. 拓展经过
3. 分组讨论：经验和启示

二、某地铁项目

1. swot 分析
2. 拓展经过
3. 分组讨论：经验和启示

三、某高速公路

1. swot 分析
2. 拓展经过
3. 分组讨论：经验和启示

四、成功共保，续保失败案例——某石化项目

1. swot 分析
2. 拓展经过
3. 分组讨论：经验和启示

第八讲 厦门车险开拓经验分享

- 一、基本情况介绍
- 二、分组讨论：经验和启示

第九讲 大客户的维护

- 一、案例讨论：我们没有续保的大单
- 二、案例分析：扬州支公司康经理的故事
- 三、案例分析：永安保险的的经验
- 四、讨论：我们将如何维护好大客户