

《期交保险产品销售技巧》

【课程背景】

由于历史原因，银行销售的保险产品都是以趸交，短期，高现价产品为主。尤其是一些投保 3~5 年的产品到期后可以获得最大收益的保险产品大行其道。近两年，随着国家监管力度的加强，监管机构对于合规的大力推动下。终身型复杂型期交保险开始被各家银行重视，并积极谋划营销转型。

【课程收益】

- 1、掌握期缴险种的产品形态。
- 2、了解各层级客户的销售策略，掌握最具说服力的销售话术。
- 3、掌握线上线下相结合的创新销售路径。

【课程时间】

1 天

【课程对象】

- 保险产品销售人员、银行保险柜台人员
- 银行理财产品销售人员、其他期交产品销售人员

【课程方式】

- 理论讲授 + 案例分析
- 实战演练 + 情景对话

【课程大纲】

第一部分 期交保险产品特点与对应的变化

一．保险产品变化

1. 产品时间变长
2. 产品组合增多，养老，重疾，成为亮点

二．客户的变化

1.以前：对理财产品了解甚少，较好营销。

现在：相对了解较多的金融知识，对各种理财产品有自己的看法。

2.银行柜员的变化

以前：信心十足可以随意销售产品。

现在：产品销售难度变大，愿意找简单的产品销售，信心受挫，甚至不再开口。

三. 充分了解产品

1.让你在不误导的情况下把产品销售出去

2.能让客户在明知道是保险的情况下也愿意购买。

3.能让客户愿意把产品放置满期。

四. 客户分类

期缴开拓市场，转变思想保险不只是创造收益的理财工具，从而扩大客户群。

大客户：资产保全（扩大客户风险意识）

人一生的理财规划就象一个球队。前锋，中场，后卫，门将。

普通客户：强制储蓄（期缴）。教育储蓄。

1.以牺牲流动性为代价来确保未来理财目标的达成。

2.合理利用产品组合。意外，养老，重疾，增加新单承保率以及安全性。

3.通过合理组合让客户认知保险享受保障从而减少提前退保率及投诉。

第二部分 长期期交保险的意义与功用

一、长期期交保险对客户意义

1.保险的意义与功用

2.期交保险的分散风险及时间价值意义

二、保险销售的困惑

1.销售中需要解决的实际问题

2.客户需要什么？我们的产品能不能满足

第二部分 销售自己，与客户建立信任关系

一、给客户留下良好的第一印象

1.注重仪容仪表

2.真诚自信的微笑

3.捕捉客户真实的需求

4.运用语言的艺术

二、以真诚和热情的服务打动客户:

没有信任就没有交易

三、期交销售人员整体的氛围营造

1. 提高开口率，改变话术先需求后产品，先礼品后产品。

2.善于沟通，并随时在沟通中发现客户新的需求

四、成功营销的秘诀

1.诚信营销：诚信比技巧更重要

2.运用潜意识，进行积极的自我暗示

3.自信来自于对自己、客户和竞争对手的了解

第三部分： 客户开发

一、缘故客户开发

1、缘故市场开发的心理障碍

2、250 法则

二、陌生市场开发

1、陌生市场开发的途径

2、经营陌生市场的法则

三、转介绍市场

1、转介绍市场对长期期交产品经营的意义

2、成交及未成交客户要求转介绍的话术

第四部分：客户接触

一、电话约访

1、是电话约访而不是电话销售

2、根据不同情况制定有针对性的电话约访话术

二、家庭财务分析

1、长期期交产品销售为什么一定要进行家庭财务分析

2、家庭生命周期表

3、家庭财务分析表讲解

4、家庭财务规划：（意外、重大疾病、教育、养老）

三、异议处理

1.客户异议产生的原因

2.客户异议处理的流程

3.话术演练，熟练并全员通关

四、促成

1.成交的关键是敢于提要求

2.帮助客户做出购买决定

3.促成的常用方法

第五部分： 售后服务

一、周到服务完成客户心愿

二、这次销售活动的结束就是下一场活动的开始

第六部分： 课程总结