

做长期主义者的 8 个高效成交心法

——后疫情时代的保险营销技能养成

主讲：薛冰老师

【课程背景】

后疫情时代，对于我们每个人的工作生活发生最直接的变化，就是从熟悉的快节奏变成了慢节奏。经济的增长速度慢了下来，人口增长的速度慢了下来，导致我们每个人财富积累的速度也会变得慢了下来。后疫情时代，我们最先要去适应的就是逐步慢下来的节奏。而销售所体现出来的变化就是，我们原来一提到销售，想到的都是“高效”“快速”“稳准狠”这些词。而“长期主义”，似乎和销售这个词不太搭。之所以有“长期主义”这个前缀，是因为我发现保险这个行业有它的特殊性，尤其是在这个后疫情时代的背景下。

作为销售，我们都知道应该让客户认识到风险防范的重要性；为了更精准的为客户指定保险计划，应该尽可能多的收集客户信息；我们也清楚为了更好的宣传产品和服务，要发朋友圈做自身影响力打造。但想到和做到的距离依然遥远，我们不得不面对下面的问题：

怎么才让客户把自己的未来和风险联系起来？

怎么收集客户信息才能不招人烦？

怎么发朋友圈不被人拉黑？

保险销售时卖一份保险产品给客户，这没错。但这个产品很特殊，它不是给客户即时满足的，不是花钱期待某些事情发生，恰恰相反，是为了防御，什么事都不发生才好。保险产品要为客户提供保障，规避风险，保险销售在做方案时，考虑的不是客户当下此刻的需求，而是他未来的需求。这些需求甚至客户本人都没有意识到。这当然就需要长期的视角。

【课程收益】

- 1、熟练掌握长期主义者高效成交的 8 个节点
- 2、了解为客户建立风险认知的 3 个步骤
- 3、掌握当客户犹豫时，帮客户打消疑虑的 3 个方法
- 4、理解发朋友圈避免客户拉黑的 4 大规则
- 5、灵活运用高质量客户转介绍的两大法宝
- 6、了解如何高质量的为客户提供增值服务
- 7、如何利用长期主义者的心法梳理销售全流程

【课程特色】

- 1、课程内容新颖：课程不同于以往销售类课程，不讲套路，启发性强，引发学员深入思考，为受众提供全新思考框架。
- 2、课堂互动性强：大量个人实际接触案例，能够迅速带入情景，与学员建立同理心，引

发学员的参与度。

- 3、课程实战落地：课程提供大量在实际种经过验证的实战工具，并有配套的监督管理和复盘工具，让每一位学员有强烈的获得感。

【课程对象】

银行网点柜员 银行客户经理 私行客户经理 大客户经理 保险经纪代理人

【课程时间】1天（6小时/天）

【课程大纲】

第一部分 身份定义：保险销售到底是不是销售？

- 1、保险产品的特殊性
- 2、风险规划师的定位
- 3、职业成就感从何而来

工具清单：为了做好保险，需要储备的知识清单

第二部分 建立认知：怎样让客户把自己的未来和风险联系起来？

- 1、风险事件化
- 2、风险故事化
- 3、风险可视化

工具图表：理财金字塔 年龄保障分布图

第三部分 挖掘需求：怎么样打探客户的隐私却不招人烦

- 1、放下“我觉得”转变为“你需要”原则
- 2、锁定客户三大核心需求
 - (1) 健康需求挖掘
 - (2) 理财需求挖掘
 - (3) 财富传承需求挖掘

案例分析：如何让客户主动透漏健康状况，带客户一起畅想未来请他说出理财规划，用讲故事的方式挖掘财富传承的需求

分组演练：面对有两个孩子的全职妈妈，运用所学的方法沟通

第四部分 关键沟通：怎样说话能缩短客户的犹豫时间

- 1、3F法：Feel 感觉 Felt 感觉到 Found 发现
- 2、正面检验法
- 3、制造紧张感

案例解析：如何帮助客户减少犹豫，加速做出决策

第五部分 引发关注：怎么发朋友圈不被拉黑？

- 1、策展思维
- 2、展览主题
- 3、展品的挑选
- 4、展品的呈现

工具：朋友圈自查清单

第六部分 影响决策：货比三家，怎么才能让客户最终选择你？

- 1、主动比
- 2、抓漏洞
- 3、晒增量

研讨：如何你是案例中这位客户之前的销售，如何防止被我比下去？

第七部分 增值服务：怎么把给客户帮忙干出高价值？

- 1、判断是否有空间
- 2、把不可能变成可能
- 3、看自己有没有收获

第八部分 签单闭环：怎样让老客户的转介绍主动发生？

- 1、让客户发朋友圈
- 2、勾起客户的报答心

复盘总结：为什么我们要做一个长期主义者