

# 如何拥有健康富足的晚年生活

## ——老龄化时代客户活动策划与组织

主讲：薛冰老师

### 【课程背景】

中国进入老龄化社会以来，现在平均寿命越来越长了，养老成了大家都关心的问题。大家都在讨论，得存多少钱才能退休？年纪大了生个病可怎么办呢？想要为养老做点准备，又不知道从哪里入手。

资管新规正式实施之后，并在这个资本市场不确定加剧的背景下，保险其安全属性和确定属性吸引了越来越多的中高端客户群体选择。

养老储备作为人生财富规划的刚性支出，越来越受到更多客户的关注，财富传承也是高端客户更加关注的问题。

为此，老龄化时代客户活动主题可以针对不同的客户群体主要围绕两种：一个是针对中端客户群体或潜力客户做关于养老资金储蓄和养老资源准备，另一种是针对高端客户群体做财富保全传承和高端养老资源准备。

客户在保险选择过程中，对体验感有了更高的要求，如何针对不同的客户群体，包装不同的活动安排。

衡量一场高质量的客户氛围三个层次：第一层次的活动是客户邀约成功率很高，说明活动包装很成功，第二层次的活动是客户活动的保单转化率很好，说明产品计划推荐和客户筛选匹配度很好，第三层次的活动是客户活动转介绍率很高，说明客户活动的价值感很高，客户认为有收获。

### 【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】

分支行行长 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】 2小时

## 【课程大纲】

第一部分 客户定义：不同主题的活动面向什么样的客户群体

- 1、活动主题如何确定
- 2、意向客户如何筛选
- 3、对接什么样的资产管理工具

工具清单：为了做好保险，需要储备的知识清单

第二部分 活动包装：如何让客户活动与众不同

- 1、客户活动项目组
- 2、客户活动如何包装

第三部分 活动实施：如何让客户活动达到最佳效果

- 1、活动邀约：如何让不同群体的客户到场率更高
- 2、活动项目策划：如何让客户更有参与度体验感
- 3、活动效果：如何让活动转化率更高

第四部分 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、锁定客户的三大核心需求
  - (1) 养老储备需求挖掘
  - (2) 健康保障需求挖掘
  - (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

第五部分 私下追单：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

第六部分 活动闭环：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