

## 后疫情时代线上获客与财客经营

**培训对象：**理财经理、客户经理、其他营销岗位

**课程时间：**1天/6H

**授课方式：**案例分享+示范演练+小组讨论+视频教学+课后作业

### 课程大纲

#### 第一讲 理财顾问专业形象塑造

##### 1. 从头到脚重塑专业形象

微信头像+朋友圈封面+个人电子名片+视频号

##### 2. 朋友圈营销：打造成交型朋友圈

我具有什么特质？

我每天做什么？

我欣赏什么类型的人？

我具有什么价值？

##### 3. 内容营销：用文章打动潜在客户

故事打底

细节动人

情绪感染

图片特写

##### 4. 理财经理个人IP定位

赛道定位

人设定位

差异化定位

5. IP 打造过程中遇到的困难

## 第二讲 线上开发与培育客户

1. 寻找目标客户——标签管理

根据职业象限筛选客户

根据交易历史筛选客户

根据风险偏好筛选客户

根据信息象限筛选客户

2. 线上客户 KYC 技巧与区别

3. 培育潜力客户——建立社群

设定社群主题

兴趣爱好主题

经营行业主题

金融服务主题

4. 社群经营及个人 IP 输出

重视情绪价值

提供社交价值

渗透金融价值

5. 微沙龙策划与组织

基金主题沙龙内容筹划

6. 保险主题沙龙内容筹划

## 第三讲 线上开发与维护

1. 巧妙利用热点事件

2. 深入挖掘客户潜在需求

### 3. 财富话题切入

需求探询

构建理念

行情分享

资产诊断

政策导入

焦点探讨

### 4. 产品切入

A 一句话从哪里讲起？

B 一句话的目标是什么？

C 怎么讲好一句话？

D 怎么顺势营销？

### 5. 每日线上营销时间表

每日财经早报分享

每日重点资讯解读

每日潜力客户私聊

每日重点客户探询

每日意向客户跟踪

## 第四讲 线上开发与精准营销

### 1. 保险产品配置意义

平衡短期规划和长期规划

合理进行风险转移和风险规避

解决财务隐患和人生焦虑

践行对家庭的责任与担当

### 2. 新时代对保险营销与客户服务的挑战

### 3. 趣味工具讲保险

美篇+微信表情包+短视频

### 4. 产品差异优势展示

A SPAR 法则

B 案例解读

C 差异化优势展示

### 5. 线上展示资产配置建议书

A 尽可能为客户找出 3 个购买理由

B 将优势数字化，将数字具体化

C 让客户产生互动

D 将交费金额最小化，将保障最大化

### 6. 异议处理

### 7. 促单技巧