

“不忘初心 客户经营” 课程大纲

课程目标：

1. 帮助参训伙伴进一步明确客户经营的重要性，提升客户维护和客户开拓能力，掌握有关方法和技巧；
2. 促进参训伙伴进一步掌握三类主打产品销售逻辑和产品特色，提升系统化、结构化、综合化营销思维；
3. 引导参训伙伴养成自我管理的习惯，落实自我管理行为，为下半年奠定坚实基础。

开篇

- 1.破冰：拉钩上吊，一百年不许变（活跃氛围，行动力测试、优秀与卓越的区别）
- 2.什么是结构化思维？
- 3.神奇数字 2：2 为什么神奇？二元思维的运用（阴阳之道）
- 4.神奇数字 3:3 为什么神奇？为什么要建立“3 思维”？如何在寿险行销中运用？
- 5.方法与方法论（你究竟要学什么？）

意志篇

1. 做好客户经营之前，让我们首先要做好“自我经营”。
2. 自我经营的三要点：自我信念、自我管理、自我觉醒
3. 自我信念：什么是观念（观念是对一个事物的看法）、什么是信念（信念就是牢固的观念）？你相信保险吗？你爱营销吗？你究竟想要什么（你有

哪些干扰？你在动摇什么？)

4. 自我管理：自我管理的2个关键词：固定和高效。固定是习惯，高效是计划。自我管理最重要的内涵就是建立固定且高效的工作模式。核心三件事：出勤、填写工作日志、管理客户档案
5. 自我觉醒：不要脑子瓦特啦、变变思路就由出路、多找亮点。

经营篇

1. 寿险营销就两件事情：业务和增员。业务也是两件事情：开拓客户和经营客户。弗洛伊德说人生两大悲剧和喜剧。开发客户和经营客户核心点是什么？如何量化考核？
2. 常见的6大类客户经营方式，分享哈您的方式。
3. 客户经营的3交原则
4. 案例分享：客户档案管理的三三法则、客户档案中的“211”工程、金脉6+1客养系统
5. 小组研讨：什么样的客户礼品有寓意、好衔接、又价廉？
6. 他山之石：银行理财经理经营客户的黄金10招，您有什么启发？
7. 跟上时代，善用微信经营客户
8. 意愿百分百、方法无穷多（还是意愿问题），简单的事情重复做(还是坚持问题)；重复的事情要创新做（如何创新？培养您的创造力)
9. 中高端客户的经营：中高端客户的“形”与“魂”，中高端客户的八卦分析。中高端客户的需求和渴望（产品、渠道、服务）、不可不知的富人密码

营销篇

1. 营销三核心：关系、逻辑、产品。有了关系后，关键是逻辑和产品

2. 三大产品线（年金险、健康险、意外险）

3. 人人都需要意外险

4. 年金险营销逻辑（以中产阶层为主要营销目标，资产配置和长期规划）

案例分析：月入2万，2套房，为什么亚历山大？

案例萃取：2年19个客户12张单怎么实现的？

5. 健康险营销逻辑（我们绝大多数不是医生，为什么要讲自己不擅长的，讲病只能讲点皮毛，那讲看病的钱行不行？讲理赔行不行？讲客户和你都明白的东西行不行？怎么讲）

案例分享：张律师为什么要这样的健康险？

收篇

1. 除了保险，我还有什么可以与客户分享？（建立价值、传递价值、做价值的中转站）

2. 上（上进） 止（和谐） 正（正果）