

## 2022 期缴趸家·模压训练营 (2 天培训)

- 什么是趸家：“趸”这个字怎么读，yǐn。多用来形容一个人的斗志昂扬、热血沸腾。我们说简单的事情重复做，您就是专家，重复的事情创新做您就是趸家。时代在变，不能满足于只做专家，还要与时俱进，做“趸家”
- 什么是模压训练：模压训练就是标准化生产，像“车间”一样，将“混杂”的销售理念、信息、技术按照标准流程化，快速“制造”出符合公司需要、满足市场需求的合格销售人员的过程。它是当今世界上**最先进**的营销训练方式。可以帮助业务人员重新激发营销热情、养成良好的寻找客户的习惯、深入挖掘客户需求，认真领会产品理念与卖点，灵活运用产品的关键语句，并真正的认同产品；根据权威统计，通过模压训练的营销人员比没有受过训练的平均业绩提升了**30%以上**。

### 什么是模压



**标准化地制造，  
使之成为合格的销售人员**

模压式训练就是标准化生产，像“车间”一样，将“混杂”的销售信息、销售技术按照标准流程化，快速“制造”出，符合公司需要、满足市场需求的合格销售人员的过程。

---

## 第壹篇 共识篇

1. 破冰：破冰活动、什么是趸家？

2. 共识：

- (1) 讲述之道：简单、重复、有趣，做期缴保险也要如此。
- (2) 学习之道：学我者生，似我者死。要触类旁通，举一反三
- (3) 领悟之道：天雨虽宽不润无根之草，佛法虽广不度无缘之人

## 第贰篇 “觉醒篇”

**我们可能永远都叫不醒一个装睡的人，但是快递小哥或外卖小哥却可以，为什么？**

一、让我们找回“信念”

1.现在做期缴保险难不难？问题多不多？您现在做得咋样？

- (1) 做期缴保险究竟难在哪？（让大家发泄、诉苦，摆问题）
- (2) 2020 疫情暴发带来的新影响、新变化、新要求

2.您的保险信念正确吗？坚定吗？

(1) 如何讲好保险：通俗化、结构化、证明化

(2) 通俗化：如何物化保险？什么不需要保险？保险在我们身边吗？三类期缴保险（意外险、重疾险、理财险）

(3) 结构化：二元怎么讲保险，三元怎么讲保险？二元三元结合怎么讲保险？

(草帽图)

(4) 证明化：有图有真相、数据会说话、名人有名言

(5) 模压训练 1：以上要点能讲清楚吗？能让客户听明白吗？能让客户爱听

---

吗？（三个境界：自己清楚、客户爱听、客户明白）

### 3.引导技巧

式、让我们找回“目标”

1.您自己的人生目标吗？第一桶金？第十桶金？

2.让《吸引力法则》引领我

3.期缴保险的销售目标要具体化、量化、细化、可视化！

模压训练 2 写出您的目标

参、让我们找回“自我”（保险究竟是难做还是懒做？）

1.如何看问题（困难）：让我们回头再看看自己列的这些问题。不要自己制造问题，放下自己暂时解决不了的问题，多关注自己的问题，即使问题多，也有办法。凡事都有三个以上的解决方案。

2.如何看自己：要自信，要自豪（要找亮点）、要自拔，不要自困，要勇勤恒强，不要怕懒弃弱。

## 第三篇“知道”篇

一．营销套路

1.套路下面是思路

2.常用的营销套路/营销套路的层次

3.期缴保险营销七步法

二．客户经营

1.期缴保险的客源在哪里？如何用图形化思维寻找客户？

2.如何了解客户：KYC、有钱人的5个事实、客户期待的三种角色

3.如何赢得客户信任：两大法宝、小礼物、大感情、6+1金脉系统

---

## 四、营销切入

- 1.期缴保险产品营销切入的时机分析
- 2.期缴保险营销切入的 11 种方法
- 3.模压训练 3：切入的不同方法

## 五、需求激发

- 1.麦肯锡 20 类客户保险需求分析表（生命周期理论）
- 2.理财（年金）险需求激发（结合华夏产品）：三类客户的年金险需求，如何讲长期规划、如何讲资产配置（金字塔、标准普尔四象限图、足球阵型）、如何讲资产保全、如何讲资产传承？
- 3.如何挖掘需求？

(1) SPIN 法 模压训练 4：信息型提问、痛点型提问，痛点扩大型提问、解决型提问

(2) 过去、现在、未来法

## 六、产品展示

- 1.产品展示基础技能：FABE 模压训练 5
- 2.产品展示进阶技能：三会（会总结、会构图、会讲故事）
- 3.产品展示高阶技能：六大影响力（互惠、权威、稀缺、承诺、从众、情感）

## 七、异议处理

- 1.被拒绝正常
- 2.客户为什么喜欢拒绝：决定=欲望-干扰，常见的干扰有哪些？
- 3.先区分是真问题还是假问题，是你的问题还是客户的问题
- 4.常见银保异议问题

---

## 5.模压训练 6 拒绝话术演练