

# 保险产能提升专员技能培训

**培训对象：**骨干内勤、部经理、团队长、销售精英；

**培训时长：**2天12课时（上午3课时、下午3课时）；

**培训方式：**互动讲授、案例分析、论证研讨；

## 课程大纲

### 一、 破冰、共识

1. 一位身故客户引发的保险营销思考
  2. 方法论：透过现象看本质，抓住核心；
  3. 银保营销推动三问：
    - ◆ 你觉得保险的好与不好分别有哪些？
    - ◆ 你认为银行员工营销保险最难突破的点是什么？
    - ◆ 如果现在你是项目老师负责一家支行，你会怎么做？
- 🌈 现场研讨收集整理展示，形成第一轮思维冲撞；

### 二、 银保推动难点分析及应对策略

1. 银保推动死循环（筛选难、邀约难、面谈难、业绩难=尽力了）
2. 破局技巧之（一、二、三）
  - ◆ 明确一个宗旨：突破营销难点；
  - ◆ 注重两个细节：客户筛选标准、客户邀约数量；

- ◆ 执行三项标准：画像标准、邀约标准、面谈标准；

### 3. 教练员与执行人的区别：ESO 训练法

- ◆ 我说给你听

- ◆ 我做给你看

- ◆ 你做给我看

## 三、 客源篇

1. 客源开拓：系统筛选、网点识别、客户升级、信息挖掘、客户引荐、外拓营销；

2. 客户分类：124 模型下综合分析；

3. 客户 KYC：风险承受能力=职业发展+家庭情况+投资经历+家庭资产+投资目标；

## 四、 邀约篇

### 1. 客户邀约难点分析

- ◆ 银行员工与客户的交集现状导致；

- ◆ 客户经历太多产生畏惧的原因分析；

- ◆ 关系维护与维护关系的区别；

### 2. 邀约方式训练

- ◆ 电话邀约四维六句法

### 3. 邀约话术设计

- ◆ 邀约理由：现场研讨至少三种以上

- ◆ 邀约话术：现场研讨编写邀约话术并展示

## 五、 管控篇

1. 银行员工日常工作现状=如何督促工作量；
2. 银行员工日常工作状态=对症下药巧执行；
3. 银行员工保险营销分析=以点带面提产能；

## 六、 基础篇

1. 简单而现实的问题：保险到底能解决什么问题？
2. 画图讲保险：眼睛看到、耳里听到、心里想到
  - ◆ 爬坡图：保险是家庭的支撑
  - ◆ 草帽图：保险是家庭的守护
  - ◆ 波浪图：保险是肯定的未来
3. 银行营销保险的误区：卖最没有卖点的点；

## 七、 逻辑篇

1. 打通任督二脉：保险营销有什么问题？
  - ◆ 有问题不可怕：没有体验过的产品消费者都会鄙视
  - ◆ 不要自己制造问题：换个角度来呈现
  - ◆ 分析清楚问题的症结：思维工具导入
2. 保险营销引导法：谈钱我们是行家
  - ◆ 保险也是钱

- ◆ 保赚钱的人和赚到的钱
- ◆ 人生三大痛
- ◆ 保险能确定明天有钱花、随便花
- ◆ 保险解决穷人没钱、中产乱花、富人花不完的问题
- ◆ 保险的价值是现金的价值

### 3. 保险营销核心 15 法

- ◆ 产品要点 123
- ◆ 产品周期 123
- ◆ 产品三定 123
- ◆ 产品三心 123
- ◆ 产品领取 123

**小结：讲保险要让客户能听得懂！**

## 八、 产品篇

1. 什么是终身寿险
2. 终身寿险的功能
3. 换种方式讲终身寿险
  - ◆ 产品讲解三板斧
  - ◆ 优势讲解三板斧
  - ◆ 促成技巧三板斧
4. 产品展示技巧
  - ◆ 场景型展示：人生场景、应对自如

- ◆ 养老型展示：养老领取、多种选择
- ◆ 配置型展示：一次安排、多种配置
- ◆ 长寿型展示：长寿无忧、巨额传承

小结：解决一定会发生的问题，做好合理长运家庭规划

## 九、 工具篇

1. 营销工具模板呈现：现场掌握讲解逻辑及重点；
2. 不同客群产品讲解工具：言之有物、言之有据；
3. 保险利益演示标准三件套：表、板、图；

## 十、 番外篇：保险的独特功能性

1. 保险是唯一能合理合法的避税避债的金融工具
2. 保险是唯一不被查封罚没的金融资产
3. 保险是唯一不会因离婚而分配的家庭财产
4. 保险合同中关键人的独特运用功能性
5. 保单融资对比信贷类业务的优势
6. 法律对保险公司的定义：不得解散
7. 法律对保险合同的保护：破产合同转让继续有效，利益不受影响