

# 和而不同 终和且平

## 另眼看增额终身寿营销之路径

### 现状

当今市场，简单以销售话术或产品利益作为营销客户的制胜“法宝”，显然已难以打动客户。但我们从业人员目前所面临的现实情况，一是难以深挖渠道的客户资源，导致大量优质客户资源的浪费；二是面对客户，由于知识层面的缺乏，导致无法呈现自身的专业内涵，且难以从客户需求的角度，与客户展开一系列的探讨和交流，进而触及客户痛点，唤醒客户的需求及愿望；三是难以以为高净值客户提供财富风险管理服务，与高净值客户接触时严重缺乏自信，导致沟通失败。

### 课程目标

通过对增额终身寿产品的功能的进一步学习和理解，挖掘了开发渠道优质客户资源，并了解各个客群不同的需求点，根据需求将产品功能进行精准演绎，进而触及客户的痛点，引发客户对解决问题方法的探寻，从而为客户提供合理的保险/保险金信托方案。

通过培训和训练，基本掌握如何通过销售沟通的“顶层设计”，提前化解在销售中客户有可能会出现的问题，以成功实现销售的促成。

**【课程讲师】** 马学军老师

**【课程时间】** 12 课时（每课时不低于 50 分钟）

**【培训方式】** 课堂讲授+案例分析+小组研讨+演练等互动式教学

## 【课程大纲】

### 一. 收益&保障，增额终身寿卖什么？

#### 小组研讨：

- 增额终身寿解决的是什么问题？
- 我们如何销售增额终身寿？
- 保单中的“一生”是何含义？

#### 1. 浅析客户的“两端”需求

- ◇ 近端需求
- ◇ 远端需求

#### 2. 家庭财富的“压舱石”

- ◇ 缓解中短期周转的“压舱石”
- ◇ 防范中长期风险的“压舱石”

#### 3. 增额终身寿概述

- ◇ 增额终身寿的特点
- ◇ 增额终身寿的功能
- ◇ 增额终身寿的价值

基本功能与销售逻辑

- ◇ 增值储蓄
- ◇ 对抗利率下行
- ◇ 提高资金使用率

财富管理功能与销售逻辑

- ◇ 财富传承
- ◇ 婚姻规划
- ◇ 税务筹划
- ◇ 债务隔离

## 二. 我们该找谁卖增额终身寿

小组研讨：

我们当下的获客渠道及所遇到的问题

### 1. 我的客群在哪里

- ◇ 筛选细分从 CRM 开始
- ◇ CRM 与客户梳理
- ◇ CRM 与客户关系运营
- ◇ CRM 与客户精准定位

### 2. 卖给谁--增额终身寿的客群

◇ 人生“五大不确定性”与增寿的客群定位

◇ 适合配置增额终身寿的六大客群

### 三 . 我们该如何卖增额终身寿

思考：

你所认知的 **KYC** 包含哪些内容？

1. 成功的“SALE”从有效的“KNOW”开始

◇ 老话重提“KYC”

“三打祝家庄”与 KYC

✓ KYC 的“五有”沟通技巧

✓ KYC 实操的三大难点

✓ KYC 的四类有效信息收集

2. 怎么卖--增额终身寿销售路径

◇ 打破“路径依赖”

◇ 销售沟通的顶层设计

◇ 为何需要顶层设计

◇ 顶层设计的路径

◇ 顶层设计的基础

### 3. 营销“心”法

- ◇ 面谈剧本的拟定
- ◇ 面谈剧本的自我演绎

### 4. 增额终身寿的场景式营销案例分析

- ◇ 结合生活场景销售增额终身寿

### 5. 从 FV 到 PMT--终极目标销售法

#### 营销剧本设计及演练：

**教育金：**如何向准备买学区房的客户，营销增额终身寿

**养老金：**如何向为自己储备养老存款的客户，营销增额终身

**婚前财产规划：**如何向子女即将结婚并准备给子女计划婚前财产的客户，营销

增额终身寿

**财富传承：**如何向高净值客户营销增额终身寿

#### 四．增额终身寿与保险金信托

1. 认知家族信托
2. 家族信托的五大基础功能

- ◇ 资产隔离
- ◇ 财富传承

- ◇ 财富管理
- ◇ 隐私保护
- ◇ 特殊目的的实现

### 3. 保险金信托概念

### 4. 保险金信托的三大理由

- ◇ 财富杠杆
- ◇ 增强流动性
- ◇ 稳健的财富传承

### 5. 保险金信托的沟通逻辑

## 五 . 案例分析

- ◇ 如何规避收益太低、时间太长的问題
- ◇ 如何导入规划的重要性话题
- ◇ 如何导入子女婚前财产规划问题
- ◇ 2021 年经手的保险金信案例分析

## 六 . 课程回顾及总结