

顺时而动 应势而为

在转型中寻求快速“突围”

背景

2022年11月18日，中国银保监会人身险部发布《关于近期人身保险产品问题的通报》（人身险部函【2022】501号），要求各人身险公司立即开展增额终身寿险产品专项风险排查工作。

2023年3月21日之后，随着监管部门频约寿险公司座谈，向市场发出一个强烈的信号，增额终身寿产品的定价利率即将全面下调，各家寿险公司也将陆续调整并下架现售的增终身寿产品。这将意味着，增额终身寿3.5%时代的结束，销售队伍又将面临一场产品转型。如何快速度过转型的阵痛，建立销售信心，在转型中寻求快速“突围”，是未来对销售队伍的一种考验。

课程目标

通过对本课程的学习，使销售队伍树立信心，进一步加强对增额终身寿产品的认知，改变过往的销售习惯，以多种角度，更感性、更具体、更通俗化加以销售，以产品转型中真正实现销售的转型。

【课程讲师】 马学军老师

【课程时间】 1天（6课时）

【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、利率下调对银保的影响

1. 银保监约谈 28 加保险公司释放的信号

2. 保险公司的“三差”

◇ 何为“死差”

◇ 何为“费差”

◇ 何为“利差”

3. 寿险公司历年来的预定利率下调

二 . 新政下银保发展趋势

1. 从华为、苹果、新能源车看产品转型

2. 销售模式的转型

◇ 从“利益导向”向“功能导向”转型

◇ 从“产品导向”向“需求导向”转型

3. 销售队伍的三大“突围”

◇ 心理“突围”

✓ 队伍的心理障碍

◇ 认知“突围”

✓ 增额终身寿的四大特性

◇ 市场“突围”

- ✓ 财富管理关注的三大问题
- ✓ 财富客群的三大应对与日常财富管理

4. 市场应对与措施

- ◇ 淡化不炒作
- ◇ 摒弃产品包装，着眼产品内涵
- ◇ 打开销售格局，提升法商意识

三 . 深度认知增额终身寿

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产品？
- ✓ 增额终身寿的产品价值？

1. 浅析客户的“两端”需求

- ◇ 痒点
- ◇ 痛点
- ◇ 爽点

2. 增额终身寿的底层逻辑

- ◇ 增值储蓄功能

◇ 对抗利率下行

◇ 另类现金流

3. 增额终身寿财富管理价值

◇ 婚姻规划

◇ 税务规划

◇ 债务隔离

◇ 财富传承

4. 四大解惑，安心“上车”

四 . 摆脱“路径依赖”辟蹊径思考：

1. 从《矛盾论》看产品转型

2. 打破“路径依赖”

◇ 主导沉浸式面谈

◇ 终值销售法--盘活资金

◇ 立体销售法--体现价值

◇ 感性销售法--搭建场景

五 . 课程回顾及总结