

保险销售实战训练营（初阶）

主讲：金玉成

课时安排：2天，6小时/天

培训受众：一线销售团队全体员工及相关管理者

课程收益：

- 1、了解保险的意义与功用，建立正确的保险产品理念；
- 2、学习并掌握理财产品专业化销售流程，能够有效做好自我销售诊断；
- 3、学习客户四维评估法，能够根据四维评估设计客户拜访计划；
- 4、学会一分钟看保单，能够迅速、准确的找到产品的卖点和劣势；
- 5、学习并掌握理财客户的档案建立方法，能够定期做好客户档案维护；
- 6、学会三种客户开拓方法，并掌握存量客户与流量客户的不同开拓形式。

授课方式：

专题讲授、案例分析、工具分享、小组研讨、互动发布、场景模拟、启发教学

课程大纲：

导论：初识保险

研讨：你眼中的保险是什么？

通过小组研讨，了解学员对保险的认知，并给出正确的保险定义。

第一讲：保险概述

一、金融三驾马车

- 1、前后三十年：中国三驾马车的成长历程与对比
- 2、西方国家的保险行业分析

3、银行保险的发展与未来

二、保险的意义与功用

1、领导人谈保险

2、保险解决的五大问题（意外、疾病、理财、教育、养老）

3、人生曲线讲保险

4、五子登科谈保险

小组演练：

使用五子登科法讲解寿险的意义与功用；

使用人生曲线图讲解保险理财产品的重要性

第二讲：保险产品 **FABE**

一、一分钟看保单

1、保险产品五要素

练习：一分钟读保单

2、保险产品卖点分析

3、理财产品条款注意事项分析

研讨：如何介绍产品的优势和劣势

二、**FABE** 产品介绍

1、**FABE** 销售法则概述

2、保险产品的 **FABE** 案例演示

研讨：设计产品演示 **FABE** 话术

模压训练：根据产品 **FABE** 法则完成模压训练

第三讲：理财产品专业化销售流程

一、专业化销售流程概述

- 1、销售流程概述
- 2、专业化销售概念
- 3、专业化销售流程概述
- 4、理财产品专业化销售流程

二、主顾开拓

- 1、主顾开拓的意义
- 2、主顾开拓的方法（缘故、转介绍、职团开拓）
- 3、存量客户开拓
- 4、流量客户开拓
- 5、准客户四维评估

演练：为最近拜访的5位客户做四维评估并制定客户维护方案

三、客户邀约

- 1、邀约的目的
- 2、电话邀约流程
- 3、电话邀约技巧
- 4、电话邀约注意事项

演练：小组内设计一套电话邀约话术，并现场演练

实战演练：根据讲师调整话术，进行现场电话邀约

四、销售面谈技巧

- 1、面谈前的准备
- 2、面谈流程

3、学会赞美，让气氛更融洽

视频教学：赞美是发自内心的

4、面谈沟通技巧

5、提问式销售

案例：老太太买李子的故事

五、产品说明与展示

1、产品的 FABE 展示法

2、暗示的力量：情景化产品利益

3、理财产品销售情绪曲线

情景演练：小组内一对一演练产品展示与说明

六、把握时机做促成

1、促成的作用与意义

2、客户购买的行为暗示

3、客户购买的语言暗示

4、促成的五大方式

情景演练：根据提供的情景，促成客户签约

七、如何做好售后服务

1、售后服务的意义

2、售后服务的形式

3、售后服务的频次

4、售后服务的价值

测评：你的售后服务打几分？

八、销售异议处理

- 1、正确认知客户的异议
- 2、理财产品客户三大核心异议
- 3、客户异议处理的黄金法则

研讨：专业化理财产品销售流程可否中断？如何通过专业化销售流程做个人销售诊断？

第四讲：客户档案建立及维护

一、客户档案的建立

- 1、客户档案建立的意义
- 2、客户档案建立标准
- 3、客户档案模板
- 4、客户档案维护的频次

练习：现场填写 10 份客户档案，并根据填写好的客户的档案制定拜访计划

二、理财客户的维护

- 1、客户维护的方法
- 2、客户维护的频次

研讨：如何通过现代化手段做好客户维护

- 3、客户维护微营销法（微信、微博、朋友圈）

研讨：根据产品的 FABE 法则，编写一条朋友圈消息

第五讲、课程总结及课后作业

课后作业：

- 1、一个月内收集 100 位准客户

2、一周内学会讲解 3 个理财产品，并与所在支行的全体营销人员分享

3、规范微营销方式，一周内发送三篇营销文章