

# 保险销售与客户关系维护培训

主 讲：金玉成

## 课程收益：

- 1、帮助学员转变保险销售的行为模式；
- 2、向帮助客户解决问题为出发点的咨询服务型进行转变；
- 3、从促成单笔交易，转化为促成一系列的交易；
- 4、帮助学员了解体验式销售技术，掌握体验式销售的关键和方法；
- 5、学会提高销售成功率、提高客户忠诚度、强化信任的方法；
- 6、建立公司和客户之间更深层次的情感交流；
- 7、加深公司同客户之间的信赖，实现双方关系质的突破；
- 8、有效提升客户忠诚度，为企业带来长期利益；

课程时间：2天，6小时/天

## 课程对象：

## 授课方式：

专题讲授、案例分析、小组讨论、工具分享、互动发布、实战演练、启发教学

## 课程大纲：

导入：什么是销售？客户需要的是什么？

**实作案例：半小时成交 2420 万 10 年期交保险**

## 第一讲、体验式保险销售技巧

### 一、互通：理念与心态

- 1、体验式销售的概念

- 2、营销员的价值和意义所在
- 3、你在做什么——如何传递价值、创造价值
- 4、我是谁——如何精准自我定位

## **二、明心：如何做到知彼**

- 1、我们的目标在哪里
- 2、传统销售对客户认知的误区
- 3、购买需求细分
- 4、如何认识并了解不同的需求
- 5、客户的购买特点分析
- 6、慧眼识珠——快速判断购买阶段

## **三、初识：体验式销售精讲**

- 1、四个特点
- 2、六步分析
- 3、销售和购买流程的比较
- 4、三个模式

## **四、细致：精准客户开拓**

- 1、客户定位的三个纬度
- 2、七问精准定位目标客户
- 3、判断销售机会的五大问题
- 4、客户开拓的十种方法

## **五、入微：客户分析**

- 1、快速收集讯息——四步走

- 2、如何设定强制购买魔方
- 3、客户购买决策的五种角色和六类人员
- 4、判断关键角色的 EHONY 模型
- 5、制定销售思维导式

## **六、同理：建立信任**

- 1、客户关系发展的四个阶段
- 2、快速打造信任核心
- 3、建立信任的五种方法
- 4、客户四种沟通类型与应对策略

## **七、因势：挖掘需求**

- 1、学会设身处地
- 2、客户的七大需求
- 3、绘制客户需求树
- 4、Spin 的需求开发过程

## **八、利导：呈现价值**

- 1、FABE 法
- 2、如何让产品最具竞争优势
- 3、如何让客户自己深刻了解产品优势
- 4、迅速消除异议的三种方法

## **第二讲、客户关系维护与深度拓展**

### **一、有关公司发展的几个问题**

- 1、两个问题

A、我们为什么可以生存

B、我们为深刻可以发展

2、营销解决的三个基本问题

A、如何寻找并发现客户

B、如何吸引并拥有客户

C、如何长期、大量、持续拥有客户

3、我们面对的市场环境

思考：我们的销售决策中想没想到我们的客户？

4、影响客户价值的四个要素：

客户影响力、客户利润、客户潜力、客户忠诚度

## 二、客户服务管理的体系

1、客户服务的四个阶梯

2、衡量客户服务质量的五大要素

RATER：信赖度、专业度、有形度、同理度、反应度

3、优质客户服务七个关键指标

时限、流程、适应性、预见性、组织与监管、客户反馈、信息沟通

4、客户服务价值 N 法则：前提—过程—结果

5、客户服务划分标准：

A、客户利润：客户分类百分数、投入时间百分数

B、客户价值：MVC、MGC、LVC、BZ

## 三、保险客户的有效维护

1、为什么要维护保险客户

成本效应、盈利效应、广告效应、安全效应、示范效应、优势效应

## 2、保险客户的服务诉求

- A、有经验的员工
- B、持续满足个性化需求
- C、一站式服务
- D、高附加值的解决方案
- E、其他非专业需求

## 3、我们服务的目标

降低成本、提高效率、提高竞争力、提高幸福指数

## 4、有效的客户关系维护策略：持续有效的服务、提升满意度、提高忠诚度

- A、合规是客户关系维护的根本和前提
- B、培养客户满意服务的专业化体系
- C、建立客户情感账户
- D、加强完善浸入渠道

## 四、保险客户的深度拓展

### 1、客户管理的价值

稳定来源、辐射效应、市场占有率、创新推动力、重要资产、双赢

### 2、建立详细的客户资料库

- A、客户资料
- B、竞争对手的资料
- C、项目资料

D、个性化资料

3、编织客户渗透网

**第三讲、课程回顾与互动交流**