

保险销售实战训练营（高阶）

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、帮助学员正确区分准客户，并优选出5位影响力中心客户
- 2、学会影响力中心客户的培养与维护方法
- 3、提高沟通技能，学会5层聆听和5层理解力
- 4、学习并熟练掌握SPIN销售技巧
- 5、学习并掌握高端理财产品计划书的设计与说明
- 6、熟练运用四大账户法销售家庭保单

课程大纲：

导论：保险销售的意义

- 1、保险产品的功能与意义
- 2、银行保险销售的意义

第一讲、培养影响力中心

案例分析：一位杰出的理财顾问一生服务多少位客户？

一、客户开拓的意义

- 1、客户开拓的意义
- 2、客户开拓的渠道

测试：填写50位准客户，并对准客户进行四维评估

二、影响力中心概述

1、培养影响力中心的意义

2、影响力中心的选择标准

演练：从 50 位准客户中挑选出 5 位影响力中心

3、寻找影响力中心的途径

三、培养自己的影响力中心

1、影响力中心培养原则

2、影响力中心培养方法

定期联络法、合作共赢法、资源共享法

第二讲、高效沟通技巧

一、沟通概述

1、沟通的概念

2、沟通的过程

游戏：我说你画

3、约哈利窗

4、有效的反馈

研讨：在与客户沟通过程中，如何提高沟通效果？

5、有效沟通图示

6、有效沟通表的使用说明

小组演练：使用沟通表格完成一次有效的沟通

二、沟通的艺术

1、聆听的五个层次

2、理解的五个层次

3、创造和谐的沟通氛围

4、保持积极的反馈

小组演练：根据提供的情景，练习积极的反馈方式

5、沟通的外形

三、顾问式销售面谈

1、顾问式销售的概念

2、顾问式销售面谈的特点

3、SPIN 销售法

演练：小组内演练 SPIN 销售面谈四步

4、提问的方式方法

第三讲、私人定制的理财计划书

一、计划书的制作技巧

1、理财产品计划书的作用

2、理财产品计划书的构成

3、理财产品计划书的设计原则

4、理财产品计划书的说明

案例分析：私人定制的理财产品计划书

小组演练：根据客户需求，制作一份打动人心的计划书

案例分析：叶齐经理致客户的一封信

5、组合险种计划书的制作与说明

小组演练：根据客户需求，制作一份产品组合计划书

二、设计家庭保单

- 1、开拓家庭保单的意义
- 2、四大账户谈家庭理财
- 3、运用四大账户设计家庭保单

案例分析：张薇薇经理运用四大账户成功签约家庭保单近百万

小组演练：运用四大账户讲解家庭保单

第四讲、课程总结及课后作业

课后作业：

- 1、为影响力中心客户建立重点客户档案
- 2、拜访影响力中心并获得转介绍
- 3、一个月内开拓一套家庭保单