

如何把保险纳入客户的理财规划

主讲：金玉成

课程对象：

课时安排：2天，6小时/天

授课方式：

专题讲授、行动学习、脑力激荡、现场实操、方案归纳、工具分享、启发教学

课程概述：

引言：从 PBSS（传统销售）向 NBSS（客需销售）转变，含详细配套工具

一、激发需求

人生的七张保单旨在激发客户潜在需求、开篇提供家庭保险规划与客户需求

分析的专业理财规划内容，帮助学员梳理正确思维。

二、电话约访

我们平日做电话约访遭受拒绝较多的理由就是

“我已经买过了保险了”“我不需要了”“我已经买过很多份保险了”

VS 肯定客户：大部分人现在拥有一张或几张保单很正常

三、澄清事实：

“在您家里的大衣柜里面是不是只有一件衣服或是几件衣服？”

“当看到一款衣服，价格、样式，符合您所有的要求，您会不会购买？”

“现在也有一款保险产品很适合你，正好是你目前所缺的，那您会不会买？”

四、请求行动，获得见面机会：

专家提示一份资料《人生的七张保单》带去给你了解，我可以顺便帮你检视保单情况，就像我们去医院做体检一样，全面体检才是健康的保证。

五、见面后观念打通的逻辑思路：

对客户：依据七张保单的排序，先对客户进行保单所缺检视。

观念打通：将人生所需的七张保单比喻成

“七张保单就像我们穿衣服一样讲究合体合身，一件都不能少”

六、第一张“意外险保单”切入思路——

从生活细枝末节说起，列举一些常见的“小意外”

如：切菜切到手指、走路不小心扭伤、刺伤、撞伤等

再列举近期社会发生的一些大意外事故

继续列举生活中防范意外发生的常见做法，通过不断的发问引导客户思考，引导客户自己得出结论：

发问切入角度如：

为什么给自己的车买保险、为什么给自己的车上锁和放车库、为什么家里要额外装上防盗门等

总结：

意外保单应该放在第一位，因为意外风险发生的概率最高，自己需要对意外风险发生后的费用提前做好准备。

七、人随着年龄的变化，患大病的几率就越大

专家权威数据 100 人当中有 72% 的人有患上大病的可能

万一患上大病不是像小病几十几千就能够解决，而是几万几十万，一般家庭

承担压力大，列举医院中的一些现象来强化客户对大病预防的危机意识：

如：医院住院病人多；大部分科室都是针对成人/老人，举自己一个客户患上大病后花费情况的案例，引导客户思考医疗费保障充足的必要性，第二张“重疾医疗”保单切入思路——向客户发问：有人可以平平安安不会患上重大疾病，但是您这辈子敢保证不会老吗？通过逐步引导向客户进行发问，让客户自己认同养老金是不足的，养老金应该及早储备：

问题 1：现在很多退休人员能拿到社保养老工资也就 1000 多，您觉得能满足现在生活品质吗？

问题 2：以自己为例，7 年前退休的时候，当时可以领到每月的社保养老仅仅每月 741 元，每年国家养老政策年年都调整退休工资，目前也就退休金涨到了 1690 元，买个包包或者好点的衣服都不够。你也会变老，跟我一样领最低层的社保养老工资，您觉得这样的退休金能让自己像现在这么风光吗？假如现在不存钱，那这点钱能满足您的生活品质吗？

问题 3：假如到 50 多岁再存钱，那时候的挣钱能力差了，而且身体的状况也没现在好，精力也没那么旺盛，那时候再存养老金还来得及吗？所以，应该趁现在挣钱比较稳定给自己储备养老金

问题 4：养儿防老可靠吗？

第三张“养老保险”保单切入思路——

第四张“保障财产人寿”保单切入思路——

列举目前现在的信用卡提前消费现实：

目前大家都会用信用卡，刷卡时候不心痛，但事实上每月要按时还款，学会了西方的提前消费观，但是没有学会西方人的保险意识，西方人如果借贷，一定会给自己购买与贷款等价的保险，预防万一意外家人还可以正常生活。买保险就是对家人的责任和爱心，通过发问引导客户得出需要对自己的财产购买一份保障：

“您现在有承担房贷吗？”是不是每个月都要还贷吗？”等

第五、六张“子女教育、意外”保单切入思路——

列举家长对儿女的期望：

“现在很多家长都是望子成龙、望女成凤，必须从小接受良好的教育，考上名牌大学”，通过发问引导客户思考得出子女教育消费是必然消费，需要提前准备的：“很多家长都给小孩报很多兴趣班，兴趣班等等收费是不是很高？这些是不是都要家长掏钱？”

“如果现在才存钱，孩子考上大学，你交不起学费，学校会同意不交费先来学习吗？”“孩子的学费从哪来？”“你难道希望孩子读不起大学输在起跑线吗？”

第七张“财产增值”保单切入思路——

客户异议：为什么要买保险，现在房价一直都在涨，买保险没有那么高回报？

肯定客户：是的，您可以给孩子买房子

通过发问澄清事实：

问题 1：假如您的孩子现在 1 岁，您买一套房子每年出租，得来的钱也可以拿来交学费，但是我们的房子使用期限是不是只有 70 年？但是现在又有多少房子能有 70 年的使用期限，到时候已经很陈旧了，再卖给别人，别人愿意买么？

问题 2：现在的房子是越盖越少还是越盖越多？（房子越盖越多）

问题 3：人口未来增长速度是不是在下降呢？（谁来买我们的房子？）

问题 4：现在的房子是不是越盖越多，越盖越好？（谁会买旧的房子？）

问题 5：现在的家庭基本都是独生子女？每个子女手上大部分都有一两套房子？那未来谁还会在买房子。

运用《人生的七张保单》注意事项：

1、并不是对每一个客户都把七张保单观念讲一遍，而是根据客户所处的人生阶段的保障需要和当前所缺的保单进行侧重沟通。

2、观念沟通要通俗易懂，贴近客户的生活。

能讲就不要说，常用比喻和故事：就像我们穿衣服一样，没有哪个人会穿了衣服不穿裤子；穿了裤子不穿鞋子。保险也是一样，您觉得您的人生安全无忧吗？

3、客户准备：

筛选老客户的档案，并整理出来一个拜访名单（有经济能力、工作稳定、理财保险产品没买的或买得少、转介绍客户等）

4、约访时间前置

5、成交必备的两项技能和两项准备

6、具体沟通问题现场设计