

体验式团险销售培训

主 讲：金玉成

课程背景：

体验式保险销售给客户带来最大的好处是帮助客户在收集信息、评估选择和购买决定这三个过程中得到一个顾问，从而做出精确的决策；同时，通过面对面的感情直接接触，给客户带来金钱和情感上的双重收益。体验式销售能够最大程度的激发消费需求，增加产品的销售机会；同时让客户自发产生良好的口碑扩散，产生连锁销售反应。一个满意的客户就是公司最好的流动广告。因此，体验式销售可以为公司的长期发展提供巨大的助力。将体验式销售贯穿于保险产品销售活动的整个过程中，可以使我行与客户之间建立稳定双赢的长期合作关系。

课时安排：2天，6小时/天

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营销技术，掌握体验式营销的关键和方法；
- 5、学会提高销售成功率、提高客户忠诚度、强化信任的方法；

授课方式：

专题讲授、场景模拟、工具分享、小组研讨、案例分享、互动提问、启发教学

课程对象：

课程大纲：

导入：什么是销售？客户需要的是什么？

一、互通：理念与心态

- 1、体验式销售的概念
- 2、客户经理的价值和意义所在
- 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
- 5、专业保险顾问应该具备的素质

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

九、课程总结回顾