

# 网点期交保险营销能力提升训练营

主 讲：金玉成

**课程时间：**3天，6小时/天

**课程对象：**

银行理财经理、客户经理、管理人员

**授课方式：**

包括但不限于：专题讲授、案例分析、工具分享、小组研讨、互动发布、实战训练、启发教学、教练辅导、行动学习、头脑风暴、团队PK

**课程大纲：**

## 第一部分、期交保险营销综合能力提升

### 第一讲、期交营销成功关键

#### 一、以销售为导向

- 1、如何寻找并发现有价值的客户：
- 2、如何吸引并拥有有价值的客户：
  - A、客户的个人需求与家庭需求分析
  - B、客户的利益需求与情感需求分析
- 3、如何持续开发有价值的客户
- 4、传统营销 VS 互联网营销

#### 二、期交营销成功关键

- 1、客户经理现状：

开口不难说啥难、说明不难呈现难、促成不难签单难
- 2、客户经理问题所在：
  - A、对客户的需求了解不足
  - B、缺乏相关的工具与方法
  - C、耐压值较低心态波动大
- 3、理财客户分类与顾问式营销
  - A、根据根据理财习惯特征分类
  - B、按照性格分类
  - C、按照年龄层次分类

#### 4、保险规划与人生价值：

- A、家庭财务健康状况检查
- B、风险管理分析
- C、子女教育规划
- D、退休养老规划
- E、保值投资规划

### 三、望闻问切——掌握期交营销关键

- 1、识别技巧
- 2、创需技巧
- 3、提问技巧
- 4、规划技巧

## 第二讲、期交销售实战技巧

### 一、面谈技巧篇

- 1、起点决定终点——开场为什么很容易失败
- 2、让客户一下子记住你——自我介绍的技巧
- 3、让客户迅速喜欢你——寒暄与赞美的技巧
- 4、降低客户的防卫心理——道明本意的技巧

### 二、内在需求篇

- 1、让客户讲出心里话——提问的技巧
- 2、引导客户的表达欲望——倾听技巧
- 3、客户的行为会说话——观察的技巧
- 4、激发客户的内在需求——SPIN 模型

**现场训练：话术五精模板设计与演练**

### 三、价值呈现篇

- 1、客户的购买满意度分析
- 2、客户的需求点组合分析
- 3、价值呈现与核心利益点

**现场演练：30岁夫妇，3周岁孩子的期交方案价值呈现**

### 四、成交心理篇

- 1、客户的基本成交心理分析
- 2、基于客户心理的九大成交技巧
- 3、异议是如何产生的
- 4、处理异议的最优方法

## 五、产品呈现与促成篇

- 1、帮助客户判断市场
  - A、现状分析：金融需求、家庭情况、人生规划
  - B、建立客户对市场和产品的信心
  - C、熟悉产品的三个层次：演绎卖点、精准定位、逆向思维
- 2、产品剖析与产品组合
  - A、学习让客户真正认同你
  - B、产品销售的观念和问题
  - C、透过资产配置介绍产品
  - D、产品销售中的构图技巧
- 3、产品卖点与产品收益
  - A、目标市场分析与筛选
  - B、提升理财规划方案的质量
  - C、案例呈现阐明规划的步骤
  - D、阶段性需求及匹配保险规划

### 现场演练：产品呈现

- 4、促成销售
  - A、识别客户的购买信号
  - B、促成销售的常用方法
  - C、促成销售的话术设计

### 研讨发布：五给促成话术

## 六、三大类别保险产品综合分析

- 1、健康险
- 2、少儿险
- 3、投资理财险

### **第三讲、洞察客户购买动机与聚焦关键人员**

#### **一、产品、优势、服务三要素**

- 1、如何塑造产品的价值与带来的效益
- 2、产品销售成功的核心要素
- 3、产品与服务常见问题的专业对策

小组研讨：快速收集、发掘顾客需求时有哪些常见问题

#### **二、客户购买心理需求的层次**

- 1、表面需求—潜在客户的应对方法。
- 2、实际需求—有效区分隐性与显性需求
- 3、本质需求—提供有效解决方案的方法
- 4、混合需求—判断重点，从点开始。

#### **三、客户切入—聚焦三类关键人员**

- 1、接纳者—购买执行者、信息提供者
- 2、影响者—收益把关者、产品享受者
- 3、权力者—有决策权但不易接近者
- 4、定客户切入路径—目标与策略

### **第四讲、提升面谈信任力与有效沟通力**

#### **一、成功开场并引起顾客的注意的技巧**

- 1、开场表现感激与喜爱对方的技巧
- 2、如何做倾听，而非高谈论阔的方式
- 3、让顾客感觉轻松——镜子反映法

#### **二、打开心门的关键—交谈的语言习惯**

- 1、视觉型客户的表现方式与应对技巧
- 2、听觉型客户的表现方式与应对技巧
- 3、情绪型顾客的表现方式与应对技巧
- 4、智慧型顾客的表现方式与应对技巧
- 5、让客户多讲，你成为专注倾听者的方法

#### **三、与客户沟通注意避免的五项行为**

#### **四、客户沟通的三个三原则**

## 第五讲、分析需求与锁定关注点

### 一、魔力深入法则之你说

### 二、描述项目（产品）的目标

- 1、控制表述时间的方法
- 2、假设顾客有兴趣的未来描述技巧
- 3、描述目标时三项重点

### 三、运用辅助工具的技巧

- 1、FABE 法则
- 2、卖点评估法
- 3、简报手册的重要制作技巧
- 4、如何成为一个讲产品故事的专家

## 第六讲、创造客户购买欲望，消除疑虑

### 一、提供产品或解决方案，取得客户认同

- 1、公司的可信度与专业度的讲解技巧
- 2、如何增强销售人员售卖中的可信度
- 3、如何让客户认可产品与服务的具体效果

### 二、整体解决方案的六步系统讲解法

竞争优势、现状分析、问题根源、不解决的痛苦、解决的快乐、解决方案

案

案例分析与模拟演练

## 第七讲、临门一脚“协助客户做决定”

### 一、顾客准备购买时给客户提供的选择范围的技巧

### 二、面对面顾问式终极谈判促单技巧

- 1、谈判的角色扮演策略
- 2、蚕食策略与让步策略
- 3、销售说服五步法（顺）：需求-计划-实施-结果-行动
- 4、客户成交四步提问法（逆）：植入期-成长期-再生期-结果期

小组争霸：掌握提问法的逻辑精髓

### 三、如何快速解除顾客的反反对意见

- 1、异议产生的原因分析
- 2、异议处理技巧

#### 四、逻辑推理与假设成交法应用

#### 五、单刀直入攻破最后防线的方法

### 第二部分、外拓及主题活动营销综合能力提升

#### 第一讲、银行外拓的价值与现状分析

- 一、外拓活动组织的价值
- 二、银行网点实施存在困难
- 三、原因分析与解决之道

#### 第二讲、活动策划的三阶段

##### 一、目标客户群需求分析与调研

- 1、目标客户群定位：社区、商区、园区、机构、农区……
- 2、目标客户群经营与生活路径
- 3、目标客户群经营与生活场景分析
- 4、目标客户群特征总结
- 5、目标客户群活动策划

##### 二、明确目标客户群外拓活动目标

- 1、提升网点业绩
- 2、提升品牌知名度
- 3、提升客户忠诚度
- 4、增加市场占有率
- 5、客户导流

##### 三、目标客户群拓展经营策划

- 1、社区营销拓展经营策略
  - 1) 体验互动类经营策略
  - 2) 知识竞赛类经营策略
  - 3) 公益收获类经营策略
  - 4) 投资理财类经营策略
- 2、商区营销拓展经营策略

- 1) 渠道共享类经营策略
- 2) 联盟类经营策略
- 3) 商务平台类经营策略
- 3、园区营销拓展经营策略
- 1) 差异化定位策略
- 2) 个性化服务策略
- 3) 批量化开发策略
- 4) 专业化营销策略
- 4、农区营销拓展经营策略
- 1) 搭建融资平台经营策略
- 2) 搭建销售平台经营策略
- 3) 搭建产业平台经营策略

### **第三讲、银行营销模式创新新思路**

- 一、联合营销
- 二、定制营销
- 三、节日营销
- 四、网络营销

### **第四讲、活动组织与实施**

#### **一、活动功能组及人员分工**

- 1、项目小组的分工及实操

实操演练：各小组根据实操的人员分工细则进行人员分工的研讨，并写出对应岗位的工作细分说明表

工具使用：《功能小组工作流程包》

#### **二、面谈技巧**

- 1、建立良好的印象：商务礼仪
- 2、从客户角度出发以关怀和专业建立信任基础
- 3、获取更多产品呈现机会（顾问式营销）
- 4、信息挖掘技巧（以产品触碰客户需求、从客户异议中发掘客户需求）

求)

5、面谈中的“声情意动”

6、情景演练与点评

### 三、活动后客户关系管理与维护

1、成交客户的维护

2、尚未成交客户的后续营销与维护

3、客户的后续营销与维护

### 四、行动学习与情景演练

1、外拓小组组建

2、外拓小组团队共创

1) 绘制客户地图

2) 绘制商圈地图

3) 目标客户群定位与需求分析

4) 外拓活动策划

3、团队共创

1) 资源准备

4、群策群力

5、情景演练

## **PART 3 课程回顾与互动交流**