

终身寿险销售理念与销售技巧

主 讲：金玉成

课时安排：2天，6小时/天

课程对象：

课程收益：

- 1、了解终身寿险的意义与功用，建立正确的销售理念；
- 2、学习并掌握终身寿险产品专业化销售流程，有效做好自我销售诊断；
- 3、学习客户四维评估法，能够根据四维评估设计客户拜访计划；
- 4、学会一分钟看保单，能够迅速、准确的找到产品的卖点和劣势；
- 5、学习并掌握保险客户的档案建立方法，能够定期做好客户档案维护；
- 6、学会三种客户开拓方法，并掌握存量客户与流量客户的不同开拓形式。

授课方式：

包括但不限于：理论讲授、案例分析、现场模拟、小组研讨、互动提问、行动学习

教练辅导、头脑风暴、启发教学

课程大纲：

导论：初识寿险

研讨：你眼中的终身寿险是什么？

第一讲：保险概述

一、金融三驾马车

- 1、前后三十年：中国三驾马车的成长历程与对比
- 2、西方国家的保险行业分析

3、寿险行业的发展与未来

二、寿险的意义与功用

1、领导人谈保险

2、保险解决的五大问题（意外、疾病、理财、教育、养老）

3、人生曲线讲保险

4、五子登科谈保险

小组演练：

使用五子登科法讲解寿险的意义与功用；

使用人生曲线图讲解保险理财产品的重要性

三、人寿保险与财富管理

1、什么是财富管理

2、财富管理八大常用工具解析

3、选择人寿保险的六大优势

第二讲：人寿保险 **FABE**

一、一分钟看保单

1、保险产品五要素

练习：一分钟读保单

2、人寿保险卖点分析

3、终身寿险条款注意事项分析

研讨：如何介绍产品的优势和劣势

二、**FABE** 产品介绍

1、FABE 销售法则概述

2、寿险产品的 FABE 案例演示

研讨：设计产品演示 FABE 话术

模压训练：根据产品 FABE 法则完成模压训练

第三讲：寿险产品专业化销售流程

一、专业化销售流程概述

- 1、销售流程概述
- 2、专业化销售概念
- 3、专业化销售流程概述
- 4、寿险产品专业化销售流程

二、主顾开拓

- 1、主顾开拓的意义
- 2、主顾开拓的方法（缘故、转介绍、职团开拓）
- 3、存量客户开拓
- 4、流量客户开拓
- 5、准客户四维评估

演练：为最近接洽的三位客户做四维评估并制定客户维护方案

三、客户邀约

- 1、邀约的目的
- 2、电话邀约流程
- 3、电话邀约技巧
- 4、电话邀约注意事项

演练：小组内设计一套电话邀约话术，并现场演练

实战演练：根据老师要求调整话术，进行现场电话邀约

四、保险销售面谈技巧

- 1、面谈前的准备
- 2、面谈流程
- 3、学会赞美，让气氛更融洽

视频教学：赞美是发自内心的

- 4、面谈沟通技巧
- 5、提问式销售

案例：老太太买李子的故事

五、产品说明与展示

- 1、产品的 FABE 展示法
- 2、暗示的力量：情景化产品利益
- 3、寿险产品销售情绪曲线

情景演练：小组内一对一演练产品展示与说明

六、把握时机做促成

- 1、促成的作用与意义
- 2、客户购买的行为暗示
- 3、客户购买的语言暗示
- 4、促成的五大方式

情景演练：根据提供的情景，促成客户签约

七、如何做好售后服务

- 1、售后服务的意义

2、售后服务的形式

3、售后服务的频次

4、售后服务的价值

测评：你的售后服务打几分？

八、销售异议处理

1、正确认知客户的异议

2、寿险产品客户三大核心异议

3、客户异议处理的黄金法则

研讨：专业化理财产品销售流程可否中断？

如何通过专业化销售流程做个人销售诊断？

第四讲：寿险顾问式销售技术

一、顾问式销售综述

1、销售人员的3大角色

2、顾客的5大决策

3、顾问式销售流程

4、角色扮演

二、销售全景图：销售周期图

1、销售周期、销售里程碑

2、销售周期图

三、顾问式销售技术四步提问法

1、状况性问题

2、问题性问题

3、暗示性问题

4、解决性问题

四、顾问式销售流程

1、设定目标

2、人际技能

3、巧妙提问

4、达成共识

5、展示企业

6、展示产品

7、要求承诺

五、原创话术设计模板分享

1、最优话术的五个关键

2、最优话术的六个核心

六、情境演练、角色扮演

第五讲、客户档案建立及维护

一、客户档案的建立

1、客户档案建立的意义

2、客户档案建立标准

3、客户档案模板

4、客户档案维护的频次

练习：现场填写 10 份客户档案，根据填写好的客户的档案制定拜访计

划

二、寿险客户的维护

1、客户维护的方法

2、客户维护的频次

研讨：如何通过现代化手段做好客户维护

3、客户维护微营销法（微信、微博、朋友圈）

研讨：根据产品的 FABE 法则，编写一条朋友圈消息

第六讲、课程回顾与课后作业

一、1 个月内收集 100 位准客户

二、一周内学会讲解两款寿险产品，并与所在支行的全体营销人员分享