
拥抱竞争 创新服务®

--- 互联网时代的 3.0 营销

主讲：徐舟

➤ 课程背景

近年来中国寿险市场高额保单频现，高端客户的保险市场成为了众多销售精英期待进驻的市场。各家公司也纷纷提出百万精英系统的成长思路。但是苦于绩优高手们无法快速突破，眼看着一波又一波的百万保额保单、百万期缴保单甚至亿万保单频繁出现，却不在自己公司。

如何开拓并持续维护高端市场？

如何跟高端客户切入保险话题？

与高端客户面谈过程中，哪些理念更容易被认同？

业务人员无法开拓高端客户究其根本是心态问题还是技能问题？

如何取得高端客户的转介绍？

如何持续服务高端客户，建立百万营销系统？

大部分业务人员不敢走近高端，面对高端客户自我感觉不匹配，说话也没有底气，更别提做大额保单了。而保额做小了，高端客户又觉得没意思，“儿童伞罩着大人”的案例频现，让高端客户对保险失去兴趣。然而，在大额保单频现的公司，走访了近百位百万精英，他们的回馈是“高端客户更好经营，高端客户买保险上瘾！”那么问题到底出在哪里？

➤ 课程收益

- 1、思维转型：打破固有营销思维，认识 VUCA 新时代的创新服务、创意营销
- 2、系统布局：建立可复制的大单客户营销服务系统
- 3、能力提升：课堂理论+“手把手”引导方式，帮助学员提升保险营销新技能
- 4、经营思维：批量获取客户名单，做好客户经营、服务与管理体系
- 6、团队意识：团队作战，配合营销服务大客户

➤ 课程时长

2天1晚

➤ 授课对象

一年以上绩优保险业务员及主管、经理、总监级别

➤ 授课方式

实战讲授+案例研讨+情景互动+计划制定+行动学习

训后附赠 1 套《保险营销服务》操作手册

➤ 课程模型



科学测评 场景演练 创新策略 实效工具

➤ 课程大纲

开场破冰：转变思维，墨守成规只会被时代淘汰！

第一篇：看趋势 ---商业保险的“春天”来了

一、代理人的创业时代

1、透过保险大数据看前景

2、最难买的商品：不需要时购买，需要时使用

3、保险创新者的财富时代

1) 天才的两个象限

2) 代理人就是创业者

案例分析：百万精英的成长之路

第二篇：树目标 ---金融行业的杂家，保险业的专家

一、未来十年保险客户财富结构的变化

二、保险客户的未来需求“四化”

1) 信息多元化

2) 产品专业化

3) 沟通个性化

4) 服务创新化

三、搭建自己的学习区

1、提高“挫折商”

2、确定自己的里程碑事件

3、细节：仪式感和归属感

4、构建自己的“ASK”学习地图

四、塑造个人品牌价值

1、掌握通行规则才是真理

2、“第一”意味着能力与说服力

3、让一万人为你鼓掌

4、谦逊是最好的姿态

实操工具：ASK 学习地图

第三篇：识客户 --- 构建强大的客户管理系统

一、互联网时代的主顾开拓

1、重启你的“社交圈”

- 1) 如何进入高端精英圈
- 2) 社群化生存：熟练运用社交媒体

2、精细化的客户档案建立

二、知人之心的客户信任建立

- 1、与客户产生联系关系的四种“缘分”
- 2、开拓高端客户：成为天使投资人
- 3、做那个不断制造惊喜的人
- 4、当你具有被需要的理由你就具有价值

三、知人之心的客户信任建立

- 1、与客户产生联系关系的四种“缘分”
- 2、开拓高端客户：成为天使投资人
- 3、做那个不断制造惊喜的人
- 4、当你具有被需要的理由你就具有价值

四、寻找客户价值生态链

- 1、客户价值生态链的横向与纵向剖析
- 2、绘制客户价值生态图

实操训练：客户精细化档案表，客户个性测评、客户价值生态图

第四篇：精谈判 --- 大单成交的秘密

一、寿险销售的四个阶段

二、如何让高端客户有保险需求和保险观念

三、高端客户与一般客户的营销差异化

四、高端客户的问话技巧

五、愉悦营销五步法

实操演练：愉悦营销五步曲演练

第五篇：优服务 --- 互联网时代的客户服务

一、互联网时代的 3.0 服务

二、高效服务是主顾开拓的根

三、金牌保险客户服务的原则

- 1) 基本服务
- 2) 标准服务
- 3) 满意服务
- 4) 超值服务

5) 难忘服务

案例分析：五条短信经营陌生高端客户

四、重新定义保险职业的尊严：先进的社会制度

五、业绩pk启动会

实操工具：训后个人业绩承诺表