

《锁定客户——银保的保单整理》

【课程背景】

每一个理财经理，在日常保险营销中都存在相同的痛点！一次营销比较难，成交后不会维护和追踪客户，导致老客户的加保和二次转介绍基本做不起来。

而且同行竞争激烈，现有的维系方法单一，很容易被挖角。如何增进和客户的黏性，牢牢拴住客户易变的心，实现闭环锁定就要靠保单整理。

【课程收益】

学习引流获客是销售的第一公里，学习保单整理服务则是锁定客户，实现完美闭环的最后一公里。同时也是获得加保和转介绍的最佳机遇。

【课程特色】

打通客户心中的担忧，了解客户最担心的问题，从服务上给予客户真正的安心。

【课程对象】

这堂课程主要针对一线营销的客户经理层级，导入利他服务理念，超越同行让客户变成真正的唯一。

【课程时长】

1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、银行人的大烦恼！

1. 工作表象一：

- | | |
|------------|------------|
| 1) 日常营销缺客户 | 2) 客户邀约难上门 |
| 3) 成交总是差一步 | 4) 退保搞的很郁闷 |

2. 工作表象二：

1) 只顾低头卖货 2) 成交后消失的你

3. 工作表象三：

1. 客户躲着你 2. 客户嫌弃你 3. 领导批评你

4. 你的痛苦我了解：

1) 保险专业知识匮乏 2) 营销模式陈旧

3) 客户黏性非常差 4) 服务缺乏闭环

总结：通过以上对你的现象分析，找到工作中的痛点，逐一破解然后学习《保单整理》实现完整的闭环锁定。

二、保单整理的意义

1. 首先了解什么是保单整理？

银保的保单整理思维，就是利他思维，从趋利避害的角度做销售。

2. 保单整理的锁定意义。

1) 增加信任锁定 2) 拉长服务半径 3) 财富数字具象化

三、整理的5个维度

1. 掌握年龄的变化 2. 保障结构调整 3. 信息完整度

4. 保单状态跟进 5. 衍生新需求

总结：通过了解保单整理的意义和维度功能，我们可以给客户形成一份完整的购买报告，其中包括在其他行和保险公司购买过的完整信息。站在利他的角度，体现我们的专业度，为下一步的加保和转介绍做了有效梳理和谈判准备。

四、配套使用工具

1. 学会7问客户

2. 做好 12 自检
3. 学会表格管理
4. 配上精美夹子

总结：通过专业化的一套流程，你已经让客户从心里对你有了新评价，这个动作可以一对一的操作，也可以搞小型沙龙，只要你熟悉了这套流程就不怕客户不登门。

案例：今年 4 月，平城邮局冲刺业务期间，有部分网点采用了保单整理的沙龙，现场与老客户进行沟通，当场就有新业务加保。