

# 孵化高手 成功营销

## 增额终身寿赢销实战训练营

主讲：朱天佑

### 一、课程背景

终身寿近来成为“兵家必争”之热销险种。终身寿既是业务伙伴大单及收入的主要来源，亦是保险与银行机构创造规模保费及重要时点辉煌业绩的“功勋”险种，同时还是客户喜爱的大单产品。

在疫情阴霾中艰难前行的保险营销，如何扭转疫情冲击带来的不利业务局面？如何推动销售伙伴及合作渠道提升业务平台？如何运用终身寿成功实现阶段业务目标？成为很多营销平台迫在眉睫需解决的问题。

融合终身寿专业训练经验，汇聚大咖终身寿营销精髓，集 NLP 销售心理学之大成，由一流终身寿营销导师朱天佑老师倾情领衔，独家推出《增额终身寿赢销实战训练营》，助力机构打赢终身寿赢销之战。

### 二、课程目标

- 1、观念重塑：直面、剖析终身寿销售误区，重塑终身寿正确销售观念，建立谈大客户、签大单的信心和勇气；
- 2、模式重构：摒弃产品导向，以客户需求、风险管理为导向，建立场景化营销 6 大模式，塑造理财顾问专业形象，需求为基，攻心为上，成交为本；
- 3、工具升级：以客户需求为原点，以产品原型为引导点，配套 9 大工具，武装销售人员，降低销售难度，轻松成交客户；
- 4、技术升级：直面客户搞不定、大单做不了的窘境。梳理终身寿、大单及高客内在逻辑，运用财商、法商、心理学、行为学及营销学等专业技术和 9 大营销工具，从需求、信任及价值创造等维度强化训练高客营销实战技术。
- 5、赢销升维：完成理念、模式、技术及实战“四维”升级，系统运用“四商一术一性”，把握人性、财富、场景及系统关键维度，实现赢销升维和成功赢销。

### 三、课程特色

【专业】顾问式，融入销售心理学及行为学，销售于无形

【实战】20 年、数百场、全行业市场一线营销检验（中国人寿、平安、太保等）

【落地】多种方法、N 种工具、重训练实操，易于落地

### 四、参训人员

营销精英；个险、银保各级营销人员；银行理财经理、客户经理；希望提升终身寿销售业绩的人员

### 五、课程时间

3-4 天（18-24 小时）

### 三、课程内容：

#### 第一讲：观念重塑-正确的终身寿营销观念是什么？

- 1、终身寿，想说爱你不容易
  - (1) 这些年，我与终身寿的“爱恨情仇”
  - (2) 终身寿“误入歧途”的销售现状
  - (3) 终身寿销售“灵魂拷问”
- 2、终身寿销售 5 大误区

- (1) 误区 1：认为客户有钱，就一定会买终身寿
- (2) 误区 2：认为客户已经购买过大额保单了，不会再买终身寿了
- (3) 误区 3：客户从来没买过大额保单，一定是准客户
- (4) 误区 4：卖终身寿，和客户谈收益、比收益
- (5) 误区 5：卖终身寿，认为容易“刮干”客户的钱，把客户“做死”了

### 3、客户为什么要买终身寿

- (1) 终身寿购买的本质
- (2) 客户为什么要买？
- (3) 客户关心的本质是什么？

### 4、正确认知终身寿

- (1) 什么是真正意义的终身寿
- (2) 终身寿存在的意义
- (3) 终身寿的发展历程
- (4) 终身寿的优、劣势
- (5) 卖终身寿的“正确姿势”

#### 【案例】A 团队眼中的终身寿

## 第二讲：模式重构-什么是营销终身寿的成功模式？

### 1、用卖大单的思维和模式卖终身寿

- (1) 曾经卖终身寿的姿势
- (2) 终身寿销售的正确打开方式
- (3) 读懂及走进高客
- (4) “全生命周期”营销法

### 2、终身寿产品组合“铁三角”形态列举

- (1) “万能型”终身寿
- (2) “理财型”终身寿
- (3) “医疗型”终身寿

### 3、终身寿常规功用剖析

- (1) 养老规划功能
- (2) 子女规划功能（教育/婚嫁/创业）
- (3) 大病规划功能
- (4) 现金流规划功能

### 4、终身寿“俘虏高客”价值深度剖析

- (1) 婚变与家企隔离
- (2) 传承与税务规划
- (3) 财富管理与保全

#### 【案例】大单是这样诞生的

### 5、“天龙八部”8 大营销模式

- (1) 专业行销力
- (2) CQ 教练问话式行销
- (3) 财富平衡轮圈
- (4) VAKAD 超级感官影响力
- (5) 换框超级行销法
- (6) 隐喻行销法
- (7) HL 催眠行销法

(8) 九型人格行销法

## 6、通关

(1) 通关内容：理念重塑逻辑线；“天龙八部”八大营销模式

(2) 通关流程：老师讲解；学员演练；通关辅导；通关

(3) 通关配套：关主（每 10 名学员配一名）；关主培训；通关卡

## 第三讲：工具升级-如何运用营销终身寿的 10 大工具？

### 1、10 大工具助力终身寿赢销

(1) “生命周期”精准营销工具

(2) 场景化营销 5W 理论工具

(3) 9K 客户画像

(4) 人生财富全景图

(5) 养老体系奔驰图

(6) 人生支出冰山图

(7) 养老准备爬坡图

(8) T 形图

(9) 阶梯图

(10) 宝马图

### 2、十大工具解析

使用要点/使用场景/注意事项/系统运用

### 3、八步销售法及销售逻辑

(1) 八步销售流程及关键点

(2) 场景化销售逻辑（销售话术）

(3) 场景化动摇逻辑（动摇话术）

### 4、通关

(1) 通关内容：九大营销工具；场景 close 话术/动摇话术；八步行销

(2) 通关流程：老师讲解；学员演练；通关辅导；通关

(3) 通关配套：关主（每 10 名学员配一名）；关主培训；通关卡

【工具】九大终身寿营销工具

【案例】王昊是如何运用营销工具大卖终身寿，十余年保持销冠的？

## 第四讲：技术升级-如何专业化销售终身寿大单？

### 1、关系梳理

(1) 终身寿与大额保单

(2) 大额保单与高客

(3) 高客的销售逻辑

### 2、高客解析

(1) 究竟什么样的客户才是我们需要的高客

(2) 对高客的执念，影响了成交节奏和结果

(3) 思考：为什么别人可以成交大额保单，而我却屡屡擦肩而过？

(4) 高客需求理解的 4 大误区

有钱/没钱/已买/没买/

(5) 高客的资产配置

721 原则/鸡蛋到底能不能放在一个篮子里/资产配置里缺保险吗

(6) 拥有海外资产的客户如何切入和营销

海外税收居民/拥有海外房产、保险的/孩子在国外/人在国外、企业在国内的

(7) 企业主客户的洽谈误区

### 3、高客营销实战

(1) 9大营销工具系统化运用

A、运用场景解析

B、运用要点解析

C、运用举例

(2) 认真规划面谈准备

A、完善客户基本资料（运用“9K 客户画像”）

B、市场行情分析

C、了解客户的理解程度

D、设计客户面谈环节

E、预演客户拒绝问题及应对办法

F、课堂练习 1：设计客户面谈思路、切入点

G、课堂练习 2：设计客户异议处理解决方案

(3) 4 大面谈邀约技巧

A、需求式面谈邀约法

B、吸引式面谈邀约法

C、肯定式面谈邀约法

D、诱导式面谈邀约法

(4) 大额保单方案设计

A、方案设计的原则

B、方案设计的 6 大要素

C、方案设计的 VAKAD 原则

D、6 大场景方案设计要点：

养老规划/子女规划/婚姻规划/财富管理/传承规划/资产保全

E、课堂练习：根据案例设计一份大额保单方案

(5) 高客营销及经营实务

A、高客 6 大轮廓解析

B、6 大高客获客方式

C、3 大高客成交逻辑

D、高客的 6 大风险认知

E、高客读心术

高客心态分析/高客最大的愿望/高客最大的担忧

F、高客面谈逻辑及工具运用

G、高客成交秘籍 3 维度 需求/信任/价值

【训练】九大营销工具；邀约；方案设计；面谈；促成

## 第五讲：营销升维-如何升级终身寿营销理念？

### 1、灵魂拷问

(1) 思考 1：为什么我面对高客要么攻不下，要么只做了小单？

(2) 思考 2：从大城市解决交通拥堵的规划和建设中悟出了什么道理？

### 2、如何升维？

(1) 大道至简

(2) 从一维到四维：如何从点到线、到面、到立体，再到“时间这个朋友”

(3) 如何读懂人、东方人及人性

(4) 久久为功：行动的力量；坚持长期主义

### **第六讲：课程复盘及演练**

- 1、课程回顾及复盘
- 2、模拟演练
- 3、演练要求讲解
- 4、分组演练 PK

演练点评