

# 百万大单 轻松搞定

## NLP 终身寿/年金险大单赢销训练营

主讲：朱天佑

### 一、课程背景

终身寿/年金险历来为保险公司“兵家必争”之险种。它们既是业务伙伴大单及高收入的来源之一，亦是保险公司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业，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/年金险成功实现阶段业务目标？成为很多营销单位迫在眉睫需解决的问题。

融合多年终身寿/年金险训练经验，汇聚大咖营销精髓，集 NLP 销售心理学之大成，由一流营销导师朱天佑老师倾情领衔，独家推出《NLP 终身寿/年金险大单赢销实战训练营》，助力保险机构打赢决胜之战。

### 二、课程目标

- 1、观念重塑：直面、剖析终身寿/年金险销售误区，重塑年金险正确销售观念，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 10 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：直面高客搞不定、大单做不了的窘境。梳理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 10 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（太保、平安、中国人寿等）

【落地】多种方法、N 种工具、重训练实操，易于落地

### 四、参训人员

销售精英

### 五、课程时间

2 天（12 小时）

### 六、课程内容：

#### 第一讲：观念重塑-正确的终身寿/年金险营销观念是什么？

- 1、终身寿/年金险，想说爱你不容易
  - (1) 这些年，我与它们的“爱恨情仇”
  - (2) “误入歧途”的销售现状
  - (3) 终身寿/年金险销售“灵魂拷问”
- 2、销售 4 大误区
  - (1) 误区 1：认为客户有钱，就一定会买大单

- (2) 误区 2：认为客户已经购买过大额保单了，不会再买了
- (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：和客户谈收益、比收益

### 3、客户为什么要买终身寿/年金险

- (1) 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、正确认知年金险

- (1) 什么是真正意义的年金险
- (2) 年金险存在的意义
- (3) 年金险的发展历程
- (4) 年金险的优、劣势
- (5) 卖年金险的“正确姿势”

#### 【案例】A 团队眼中的年金险

### 5、正确认知增额终身寿

- (1) 终身寿的核心本质
- (2) 终身寿的“确定性”
- (3) 终身寿的优、劣势
- (4) 增额终身寿的产品效用

## 第二讲：模式重构-什么是营销终身寿/年金险的成功模式？

### 1、用卖大单的思维和模式赢销

- (1) 曾经卖终身寿/年金险的姿势
- (2) 成功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/年金险常规功用剖析

- (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

### 案例分析

### 3、终身寿/年金险“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】百万大单是这样诞生的

### 4、“天龙八部”八大赢销模式

- (1) 行销角色

A、镜子

B、指南针

C、催化剂

- (2) 行销状态

A、充满好奇

B、中立

C、看回本质

(3) 行销亲和力

A、真诚、尊重

B、声调配合

C、肢体语言配合

D、先跟后带

(4) CQ 教练问话

A、您注意到什么？

B、您要有所改变的是什么（效果）？

C、您做些什么这些改变就会出现？

D、您会如何设计您的行动计划？

E、什么时候开始？

还有呢？

(5) 财富平衡轮圈

A、您注意到什么？

B、您想马上处理哪一个领域？

C、有了什么这个领域会变成满分？

D、您做些什么这些改变就会出现？

E、您会如何设计您的财富规划？

F、什么时候开始行动？

**【工具】平衡轮圈**

(6) 换框行销法

A、意义换框

B、空间换框

C、时间换框

D、身份换框

E、因果换框

F、效果换框

G、视角换框

(7) GROW 超级行销模型

A、G ( Goal ) : 目标——您要达成什么样的目标？

B、R ( Reality ) : 现状——目前情况下正在发生什么？

C、O ( Options ) : 选择——有什么样的可选方案可以帮助我们推进？

D、W ( Way ) : 步骤——要实现既定目标下一步具体需要做什么？

**【工具】教练 GROW 模型**

(8) 九型人格行销法

A、完美型

B、助人型

C、成功型

D、感觉型

E、思想型

F、忠诚型

G、快乐型

H、领袖型

I、和平型

5、第一天晚间通关 (提供工具，客户自行组织)

(1) 通关内容：养老理念重塑逻辑线；“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

【案例】百万大单是这样诞生的

【训练】“天龙八部”八大行销法

**第三讲：工具升级-如何运用十大工具赢销终身寿/年金险？**

1、十大工具助力赢销

(1) 老龄化特征五星图

(2) 人生财富全景图

(3) 人生收支草帽图

(4) 支出冰山图

(5) 养老准备爬坡图

(6) 生命周期时间线图

(7) 规划宝马图

(8) 优势五星图

(9) 10K 客户画像

(10) 场景化营销 5W

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) 场景化销售面谈逻辑

A、场景一

B、场景二

(3) 场景化动摇面谈逻辑

【案例】王昊是如何运用营销工具大卖年金险，十余年保持销冠的？

【工具】十大年金险营销工具

【训练】养老规划五步法；十大年金险营销工具训练；销售面谈场景 close 话术/动摇话术

**第四讲：技术升级-如何专业化销售终身寿/年金险大单？**

1、关系梳理

(1) 终身寿/年金险与大额保单

(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) 企业主客户的洽谈误区

### 3、高客营销实战

- (1) 赢销工具系统化运用

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

【课后作业 1】设计客户面谈思路、切入点

【课后作业 2】设计客户异议处理解决方案

- (3) 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

### 4、高客养老方案规划设计

- (1) 高客养老规划方案

- (2) 高客养老规划方案设计维度

- (3) 高客养老方案规划演示

- (4) 高客养老规划方案实做

A、课堂实做

B、小组发布

【训练】营销工具；面谈；促成

【课后作业】高客九大痛点及大额保单十大功能演练

## 第五讲：赢销升维-如何升级终身寿/年金险营销理念？

### 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

### 3、升维模型

- (1) 时间
- (2) 空间
- (3) 多维
- (4) 立体升维

### 第六讲：课程总结

#### 1、课程回顾及复盘

#### 2、疯狂营销

#### 3、结训通关

#### 4、“90”业绩落地行动

#### 5、第二天晚间通关 (提供工具，客户自行组织)

(1) 通关内容：养老规划五步骤（使用五工具）；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5名学员配一名）；关主培训；通关卡

**【课后实做】90天“90”业绩落地行动要求**