

# 专业护航 营销无忧

## 后疫情时代的健康保障规划

主讲：朱天佑老师

### 一、课程背景

大疫三年，深刻改变了人们对健康及健康投资的理念和行为，没有任何一个时候，人们像今天这样如此重视自己及家人健康问题。身为保险从业人员，如何在后疫情时代，以专家身份为客户提供专业健康保障规划服务，是抓住这个风口的关键。

### 二、课程目标

- 1、认识后疫情时代健康类保险营销的机遇与挑战
- 2、树立专业健康保障规划师角色和思维
- 3、构建系统、专业的健康保障规划技巧和流程
- 4、掌握“4表1图1计划”等行销技巧及工具

### 四、参训人员

保险从业人员

### 五、课程时间

1天（6小时）

### 六、课程大纲：

#### 第一讲：后疫情时代健康保险营销的机遇与挑战

- 1、后疫情时代中国人的健康危机意识
  - (1) 新冠疫情的深远影响
  - (2) 新冠之后中国人的健康危机意识解读
- 2、疫情及老龄化对健康险发展的影响
  - (1) 新冠疫情的影响
  - (2) 老龄化的影响
  - (3) 健康中国 2030 的影响
- 3、后疫情时代健康保险营销的机遇

【工具】《健康中国 2030》

#### 第二讲：如何激发客户的健康管理需求？

- 1、人性对于风险的认知分析
  - (1) 人性对风险的厌恶
  - (2) 大众对风险的侥幸心理
  - (3) 引导对风险正确认知的必要性
- 2、充分配置健康险的价值
  - (1) 实现生命的价值和尊严
  - (2) 为客户的幸福生活
  - (3) 我们的信仰和责任
- 3、成为专业健康规划师
  - (1) 专业任职的需要
  - (2) 健康险专业营销的需要
  - (3) 抢占后疫情时代健康险营销风口

#### 第三讲：专业健康保障规划流程

- 1、健康需求分析
  - (1) 家庭经济支柱健康保障优先考虑
  - (2) 重大疾病费用分析
    - A、高额治疗费
    - B、高额药品费
    - C、营养护理费
    - D、收入损失费
- 【工具】冰山图
- 2、找出重大疾病准备金需求缺口
  - (1) 重疾保障需求
  - (2) 已有重疾保障
- 【工具】重大疾病费用需求分析估算表；家庭生命周期图
- 3、提出解决方案
  - (1) 方案设计原则
  - (2) 医保
  - (3) 重大疾病产品及配置
  - (4) 百万医疗配置
  - (5) 住院医疗配置
  - (6) 医疗资源获取
- 4、定期检视调整
  - (1) 单身期
  - (2) 家庭形成期
  - (3) 家庭成长期
  - (4) 家庭成熟期

#### **第四讲：健康保障规划技巧及工具应用**

- 1、评估
  - (1) 明确客户保障类型
  - 【工具】社保保障分类表
  - (2) 明确客户保障内容
  - 【工具】社保保障说明表
  - (3) 评估客户风险
  - 【工具】健康风险提示表
  - (4) 社保商保说明
  - 【工具】社保商保功能表
- 2、“三生”理念促成
  - (1) 月光人群
  - (2) 传统人群
  - (3) 现代人群
  - 【工具】三生图
- 3、产品促成
  - (1) 计划书
  - (2) 各年龄段风险与拒保
  - (3) 促成逻辑
  - 【工具】健康风险解决方案

## 第五讲：课程回顾及总结

- 1、课程要点回顾
- 2、重点总结
- 3、互动、答疑