

《专业护航 赢销无忧—GROW 健康险创新赢销训练营》

(简化版)

主讲：朱天佑

【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。

源于二十年健康险销售经验及教练式营销理念，结合市场多维健康险营销实践，借鉴RHM国际健康风险管理师课程精髓，《GROW模型健康险创新赢销训练营》以其创新性及其有效性备受业界青睐。

【课程收益】

- 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GROW赢销流程
- 4、掌握“4表1图1计划”行销技巧及工具等

【课程对象】

银行理财经理、保险营销人员

【课程时间】

1天（6小时）

【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、以RHM专业健康规划师身份赢销
 - (1) RHM健康规划理念和模型
 - (2) 创新健康险专业营销
 - (3) 抢占后疫情时代健康险营销风口

第三讲：GROW 专业健康保障规划流程

1、G（目标）：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、R（现状）：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、O（方法）：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、W（行动）：推动购买行动及检视调整

- (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：RHM 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