

中小企业团单开发实战技术

【课程背景】

中国的寿险始于团险，最高曾经占到业务量的9成。随着时代的发展，寿险产品不断地增加以及政策的调整，团险比重下降至不足10%，与发达国家的团险占比相距甚远。

有危机的同时也有发展契机，保险的保障价值回归，多层次社会保障体系建构都是团险发展的好机遇。如何抓住这次打翻身仗的机会也给团险从业伙伴带来新的考验。

随着中国改革开放的不断深化，民营企业，尤其是中小企业如雨后春笋般不断诞生，这部分企业处于自身成长的高速阶段，但是对于自身的保障需求并不深刻。同时，既有的团险市场大客户的营销难度越来越高，带给公司的利润压力也越来越大，如何开拓中小企业，甚至陪伴他们共同成长，成为越来越多公司的共同目标。

本课程从实战角度出发，采用前沿的NLP及教练型营销技术，全面升级团险客户营销系统，提升销售绩效。

【课程收益】

- 1、了解趋势，树立行业信心
- 2、掌握中小企业客户需求挖掘技巧
- 3、掌握前沿销售系统和方法，提升销售绩效
- 4、学习同行优秀的营销案例

【课程特色】

内容实用、方法实战、教学实操

【课程对象】

保险公司团险渠道业务管理人员、销售人员

【课程时间】

1天（6小时）

【课程大纲】

第一讲、团险销售本质

一、销售本质——团险卖的不是产品，而是解决方案

- 1、中小企业的特点
 - 1) 企业人数少，抗突发风险能力弱
 - 2) 分布地域广，成本意识强，拜访人数少
 - 3) 员工人数少待遇低，保险意识强需求简单

2、中小企业的痛点

- 1) 企业的风险需要转移
- 2) 人员流动性大带来的成本损失及对公司的影响

【案例分析】星巴克为什么没人辞职？

- 3) 企业、员工被“人情绑架”的烦恼

【案例分析】某企业引入团险前后的变化

二、团险销售的两种思维：

- 1、思维一：趋利——企业投保团险有什么好处。

2、思维二：避害——企业没买团险会有什么潜在的风险？

3、避害的动力往往大于趋利

第二讲、中小企业客户的开拓

一、客从何来？

1、陌生拜访

案例分析：某公司西安分公司承保中小科技企业

2、存量客户、转介绍

3、企业合作

1) 案例分析：深圳某保险经纪与家政公司合作开发家政保险

2) 案例分析：沪上这家科技创新公司，为何主推手术意外险产品？

4、关联企业

5、企业主投保个人寿险产品后转化团单

二、找对人

1、一人决策与混合决策

2、不以职务为决策唯一依据

3、不可忽略的关键人

1) 关键人的识别与经营

2) 发展内线——影响决策的人

3) 借力——“贵人引荐”

4) 案例分析：环卫公司团意险寻找关键人：

“环卫工人——班组长——办公室主任——分管副总”

三、说清事

1、我们要干什么？

2、对方需要干什么？

四、链式倍增开发——现有客户上下游、母公司、子公司开发

1、选准行业

2、找核心客户

3、索取转介绍

4、链式开发

【案例分析】某电力单位的链式开发过程

第三讲、升级专业销售系统

一、构建 GROW 前沿销售模型

1、GROW 模型

(1) Goal : 企业风险/保障管理目标

(2) Reality : 当前现状

(3) Options : 专业方案

(4) Way / Wil : 详细计划

2、GROW 销售模型教练问话应用

(1) G (Goal) : 目标——我们要达成什么样的目标？

(2) R (Reality) : 现状——目前情况下是什么样的（资源/障碍）？

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

(4) W (Way) : 计划——要实现既定目标下一步具体需要做什么？

3、GROW 教练销售模型演练

- (1) 教练问话内容
- (2) 选取销售场景
- (3) 分组演练

【工具】GROW 销售模型

二、掌握 NLP 高效销售沟通技术

1、什么样的销售沟通是高效沟通？

- (1) 共鸣
- (2) 共情
- (3) 共振

2、如何运用身心系统实现高效销售沟通？

- (1) 外感官
- (2) 内感官
- (3) 意识
- (4) 潜意识
- (5) EMBA

3、如何运用大脑运作系统深度影响销售沟通效果？

- (1) 什么是大脑信息过滤系统的删减、扭曲、一般化？
- (2) 内感官的 DDG
- (3) 有效信息传递
- (4) 73855 法则的有效运用

4、对不同感官类型的客户如何沟通？

- (1) 视觉型
- (2) 听觉型
- (3) 触觉型
- (4) 逻辑型

【工具】客户感官辨别图

三、运用九型人格营销不同类型的客户

1、销售失败原因分析

- (1) “性格决定一切”是真的
- (2) 世界上最远的距离——你就在我面前，但我却不知道你是“谁”
- (3) 解读“用一把钥匙去开所有的锁”
- (4) 不尊重人性、不懂人心的代价

2、什么是九型人格？

- (1) 古老而现代的识人、读心术——九型人格
- (2) 九型人格的起源与发展
- (3) 九型人格在全球的广泛应用

3、“天佑九型”AI 测试及分析（现场）

4、如何营销不同型号的客户？

- 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

【工具】1：九芒星图

【工具】2：“天佑九型”AI 测试

【练习】1：“天佑九型”学员型号 IA 测试

【练习】2：学习用肉眼判断他是谁？知己知彼、百战不殆

第四讲：课程总结与复盘

1、课程回顾与总结

2、课程重点提示与强调

3、90 落地行动