

游戏化营销助力财寿联动客养计划

张光禄老师

课程背景：

从微观层面来看，在基于业务人员对工作态度积极主动的假设前提下，很多时候业务人员的业绩不理想，主要问题是他们没有清晰的营销思路、没有对这个领域建立全局观，并且在营销过程中涉及的多个要素失去了控制能力，在大脑中存在过多的逻辑冲突和混乱。想解决这个问题就要重新让业务人员对自己的营销要素、营销逻辑、营销策略进行全面的梳理。

课程收益：

通过老师的讲解，让所有的伙伴了解财寿联动营销的核心功能和意义，让大家通过营销三要素的全面梳理，结合寿险渠道的特性进行全新的游戏化营销策略设计，从而建立全新维度的寿险渠道荣誉体系。

课程对象：

所有财险营销伙伴

课程时长：

0.5天（6小时/天）

课程大纲：

一、从当下市场环境看未来发展趋势

1. 我国城镇化率已达新高度
2. 市场同业竞争已进入白热化
3. 市场营销策略迎来了大变革
4. 内部优质资源未被完全开发

二、当下财险渠道拓展业务模式分析及痛点问题

1. 传统的寿险渠道的经营现状分析
2. 传统的业绩表彰模式仅根据保费规模单一维度评判，不够全面、客观
3. 传统的业绩表彰模式难以激发寿险渠道伙伴参与的积极性

三、深度剖析销售业绩公式

例：浦发销冠的名言，所有的收入都是自己给自己定的

四、想做好营销就要对营销三要素进行深度分析

1. 什么是营销三要素

例：浦发销冠运用3P模型实现绩效大幅突破

2. 针对我们营销中的三要素进行深度分析
3. 综合运用，实现最优产能

五、运用瓶颈突破五步法寻找核心业绩增长瓶颈

例：老师的咨询客户，盛唐中融保险经纪公司运用用尽原则提升三倍人均产能

六、游戏化营销实现绩效突破

1. 探寻所有行为背后的动因
2. 拆解客户成交的全流程，找到核心关键点
3. 游戏化营销的设计

例：华日家具通过游戏化设计实现提前超额完成全年目标

4. 如何举办一场成功的沙龙活动