

课程名称：《期交保险技巧提升训练营》

主讲：杜晓婕老师 6 课时

课程背景：

银行理财经理队伍销售保险产品是一个非常重要的工作，但很多客户的概念当中银行只是存款和理财的地方，跟银行的传统客户销售保险产品的难度比较大，尤其是期交产品，过去单纯描述收益的方法已经不适用于当下竞争大且监管日益严格的市场环境。

本次课程针对以上问题，运用顾问式营销的方法，运用于实际销售场景的话术，帮助销售人员提升销售的能力，从而提升绩效。

课程收益：

1. 销售人员掌握顾问式销售的精髓
2. 能够用顾问式销售唤起客户购买保险的需求
3. 能够熟练掌握话术，并运用于销售过程

课程对象：商业银行理财经理，网点负责人等

课程大纲/要点：

第一部分：期交保险销售理念的转变

一、期交保险销售的难点

1、客户层面

(1) 邀约难

(2) 理念沟通难

(3) 专业度要求越来越高

2、产品层面

(1) 同质化严重

(2) 产品复杂程度高

3、营销层面

(1) 销售渠道广

(2) 竞争压力大

二、新形势下期交销售思路的转变

1、客户层面的难点突破

(1) 拓展客户开拓渠道

(2) 提升理财经理专业度

(3) 提升客户认知水平

2、 产品层面难点突破

(1) 需求导向销售

(2) 强调服务差异

(3) 利用工具说明

3、 营销层面的难点突破

(1) 多元化服务

(2) 搭建平台

(3) 打造品牌效应

三、 深度解析保险的功能

1、 保险的本质

2、 保险的特点（不同于其他金融工具）

3、 保险在财富管理中的作用

四、 理财经理的定位

1、 客户理财的终极目标

2、 客户实现终极目标的途径

3、 理财经理的价值体现

4、 理财经理的定位

第二部分：需求导向的顾问式销售

一、 顾问式销售的概述

1、 什么是顾问式销售

2、 顾问式销售源于客户的购买行为

3、 顾问式销售的优势

4、 顾问式销售的主要环节

二、 建立关系和销售铺垫

1、 建立关系的步骤

2、 建立关系的话术模板

工具：家庭财富体检表

3、 不同客户的建立关系话术

4、 什么是销售铺垫

5、 销售铺垫的方法

6、 多种不同的销售铺垫练习

工具：家庭资产风险检视表（FF表）

三、 发掘需求的三大法宝

1、 提问

- (1) 提问的方法
- (2) 提问的逻辑
- (3) 提问的注意事项

课堂练习：不同需求的提问练习

2、 讲故事

- (1) 什么是故事化营销
- (2) 设计营销故事的方法论（SCQA）
- (3) 常用的几种故事类型

课堂练习：针对不同需求设计故事

3、 澄清确认

- (1) 澄清确认的定义
- (2) 澄清确认的方法
- (3) 澄清确认的使用场景

4、 发掘客户需求的结果

四、 产品说明

- 1、 保险方案的设计原则
- 2、 如何根据客户需求设计保险方案
- 3、 撰写保险方案
- 4、 说明保险方案的步骤
- 5、 说明保险产品的 FABG 法则

课堂练习：根据产品进行说明练习

五、 促成和异议处理

- 1、 促成
 - (1) 促成的前提
 - (2) 促成的常用方法
 - (3) 富兰克林促成法
- 2、 异议处理
 - (1) 异议在哪里出现
 - (2) 异议处理的一般方法
 - (3) 异议处理的特殊方法

(4) 常见的异议及处理

3、 关门话术（监管合规要求）

六、 典型客户需求发掘环节拆解

1、 养老客户需求的发掘

(1) 养老需求的特点

(2) 发掘养老需求的典型问题

(3) 发掘养老需求的销售垫板

(4) 发掘养老需求的故事营销

2、 理财需求的发掘

(1) 理财需求的特点

(2) 发掘理财需求的典型问题

(3) 发掘理财需求的销售垫板

(4) 发掘理财需求的故事营销

3、 健康需求的发掘

(1) 健康需求的特点

(2) 发掘健康需求的典型问题

(3) 发掘健康需求的销售垫板

(4) 发掘健康需求的故事营销

4、 教育需求的发掘

(1) 教育需求的特点

(2) 发掘教育需求的典型问题

(3) 发掘教育需求的销售垫板

(4) 发掘教育需求的故事营销

课堂演练：各种需求发掘话术的演练