

课程名称：《重疾/医疗险专项营销》

主讲：杜晓婕老师 6 课时

课程背景：

随着银保监会对于保险要姓“保”越来越严格的要求，以及进入 2020 年以后，各家保险公司对于保障型险种的重视程度，和公众对于健康险的关注，怎样更好地销售重疾险、医疗险成为我们销售人员要提升的技巧和能力。

我们从以下几个方面提升销售的能力，第一是重疾\医疗类产品的分类，重点条款说明解读；第二是如何开拓、筛选有重疾、医疗险需求的客户，并做好销售铺垫；第三是重疾险的销售技巧

课程收益：

- 1、学员掌握重疾、医疗保险的相关知识
- 2、学员能够找到目标客户并做好销售铺垫
- 3、学员能够运用话术、技巧等提升销售绩效

课程对象：营销人员

课程方式：讲师授课+课堂研讨+现场演练+答疑

参训人数：不超过 40 人为效果最佳

课程大纲：

第一部分：重疾险的销售

一、重疾险的主要分类

1. 终身型重大疾病保险

- 1) 重疾险为主险的终身重疾
- 2) 终身寿险为主险附加重疾

2. 定期重大疾病保险

- 1) 两全险为主险附加定期重疾
- 2) 定期重疾到期返还保费（保额）
- 3) 定期重疾消费型

3. 防癌保险产品

4. 重疾险的主要附加险产品

- 1) 住院津贴（ICU病房津贴）
- 2) 住院费用报销
- 3) 长期护理保险

二、寻找重疾险的客户

1. 重疾险的客户肖像

2. 如何寻找重疾险的客户
3. 利用影响力中心开拓客户

三、重疾险主要的销售障碍

1. 有社保为什么还要重疾险
2. 终身重疾拿不到钱，没用
3. 得了重病要钱也没有用
4. 买重疾不如自己存钱
5. 重疾理赔非常苛刻
6. 不得病不就不划算了

四、商业保险和社保的对比

1. 社保医疗金的构成和使用

- 1) 社保医疗金的缴费
- 2) 社保医疗金的使用规定
- 3) 社保医疗金的计息方法

2. 重大疾病的主要花费

- 1) 手术费用
- 2) 药物费用
- 3) 放化疗费用

- 4) 出院后定期检查、治疗费用
- 5) 预后其他费用（营养、照护）
- 6) 收入损失

3. 商业险和社保的区别

4. 商业保险的主要优势

- 1) 使用范围不限
- 2) 治疗方法、手段不限
- 3) 一次性先行补偿，更便于规划使用
- 4) 根据需求选择

五、挖掘客户需求

1. 运用工具唤醒客户需求

- 1) 草帽图
- 2) 画房子

课堂练习：画房子和草帽图

2. 运用提问、故事法唤醒客户需求

- 1) 重疾到底是什么
- 2) 安全性和确定性

课堂练习：提问和讲故事

六、产品说明

1. 如何根据客户需求设计产品方案（保额和保费）
2. 产品说明的 FABE 概述
3. FABE 讲重疾产品

课堂练习：根据场景和设计方案讲产品

七、促成及异议处理

1. 促成的几种方法

- 1) 通过健康告知促成
- 2) 通过体检促成
- 3) 通过服务促成

2. 重疾的特殊异议

- 1) 缴费期太长
- 2) 条款苛刻赔不到
- 3) 我要和其他公司比较一下