

课程名称：《新形势下终身寿险的切入和营销配置》

主讲：杜晓婕老师

课程背景：

当前，银保市场竞争非常激烈，期交产品同质化严重，竞争的焦点都集中在营销费用、佣金、产品固定利率，保本时间等跟收益有关的地方。理财经理除了收益，不会跟客户从更多的角度分析保险的意义和功用，陷入不断对比产品收益的困境，累且效果不好。

本次课程主要主要针对以上这些情况，着力于挖掘终身寿险的亮点和优势，如何挖掘客户的需求，并设计相应的终身寿险和组合产品的解决方案，呢翰狗很好地讲解保险计划的优势，促成客户。

课程收益：

- 1、学员对产品有深入了解
- 2、学员能够找到相应客户并邀约
- 3、学员能够运用话术、工具等促进销售
- 4、能够处理常见的反对问题

课程对象：理财经理

课程方式：讲师授课+课堂研讨+现场演练+答疑+通关

课程大纲/要点：

第一部分：从财富管理的角度认识终身寿险

一、财富管理概述

- 1、什么是财富管理
- 2、为什么要做财富管理
- 3、普通人怎样做财富管理
- 4、高端客户怎样做财富管理

二、保险与财富管理

- 1、 保险的本质（财务规划和安排）
- 2、 保险能够满足的客户财务需求
- 3、 保险在家庭资产配置中的作用
 - (1) 家庭财富五大风险

怎样从资产配置的角度认识养老、医疗、教育和理财

- 4、 终身寿险在财富管理中不可替代的优势

三、终身寿险的特点和优势

- 1、 保险责任回顾
 - 1) 终身的复利递增
 - 2) 身故保障
- 2、 现金价值权益
- 3、 保单的部分减保

第二部分：寻找终身寿险的准客户

一、 开拓准客户的概述

- 1、 准客户的肖像
- 2、 准客户的来源
 - 1) 存量客户
 - 2) 转介绍客户

- 3) 厅堂客户
- 4) 社群客户

二、 详解开拓存量和厅堂客户

1、 存量客户的开拓

- 1) 客户的分类和筛选
- 2) 客户邀约的难点
- 3) 客户的分类邀约话术设计
- 4) 客户的预热和邀约

2、 厅堂客户的开拓

- 1) 打造厅堂的营销氛围
- 2) 建立良好的第一印象

第三部分：终身寿险的销售流程

一、 建立关系和销售铺垫

1、 建立关系

- 1) 自我介绍取得信任
- 2) 客户的分类及相应寒暄赞美

2、 发掘客户需求前的铺垫

- 1) 面谈前的准备
- 2) 如何开启话题

二、 发掘客户需求

1、 发掘客户需求的方法

- 1) 提问
- 2) 讲故事
- 3) 澄清确认

2、典型需求的发掘

- 1) 针对理财需求的经典问题和故事
- 2) 针对养老需求的经典问题和故事
- 3) 针对教育需求的经典问题和故事
- 4) 针对资产传承的经典问题和故事

三、 保险方案设计和说明

1、 保险方案设计和产品说明

- 1) 如何根据客户需求设计产品及产品组合方案
- 2) 如何说明发掘产品特色
- 3) 如何做出产品计划说明书

2、 FABG 法则

3、 富兰克林说明法

4、 针对不同客户的说明练习

四、 促成、异议处理和服务说明

1) 常用的促成方法

2) 常见的异议处理

- ① 我要跟家人商量
- ② 我要跟其他公司比较
- ③ 时间太长
- ④ 万一临时用钱怎么办
- ⑤ 中途退保有损失
- ⑥ 银行买保险不专业/合算
- ⑦ 保险收益不高

3) 服务说明

- ① 怎样防范客户的比较

② 怎样讲回访和服务

③ 关门话术