

课程大纲：《客户经理的瑞士军刀》保险延保产品定制版

课程亮点：

本课程是精品课程《客户经理的瑞士军刀》的定制版，针对保险销售场景，特别强调延保产品的推荐和促成。

- 案例够多；
- 方法够细；
- 动作够精；
- 学习够乐。

课程背景：

- **动作拆解**：本课程是以胜任素质为逻辑脉络，聚焦于销售动作，将销售人员必须具备的素质进行拆解，并针对每一项素质进行训练。
- **菜单式选课**：建议根据实际需求选择课程内容，本课程采用模块化设计，可用菜单选菜方式选择课程内容
- **课程时长**：因采用模块化设计，本课程时长弹性较大。完整版内容设计时长为6天（训练式）/4天（讲授式）。具体实操多为1-2天，勾选重要主题。
- **适用对象**：因本课程内容是对销售胜任素质及必备动作的拆解，故同时适用于2B和2C的销售，在选择课程模块的时候将有所侧重。

课程总纲要：

序号	版块	内容
1	销售前的准备	你的准备（了解客户）
		我的准备（自我准备）
		他的准备（竞争对手准备）
2	接触	自我介绍4种方法

3	获信	寒暄&五级攀认
		客户信任地图
4	谈资	谈资营销的方法
		常见 10 类金融话题
		常见 10 类生活话题
		行业故事及笑话
		行业知识
		客户熟知的谈资
5	客户需求挖掘	客户需求模型
6	产品推介	产品介绍的 9 种方法
		产品优势探寻九宫格
		如何给客户讲解合同
		同业产品比较和应对
7	价格博弈	报价
		价格谈判
8	异议处理	竞争应对
		异议处理 LSCPA
9	促成	促成的 16 个方法
10	微信营销	朋友圈互动的方法
		微信群的经营
		微信沟通的方法
11	高阶营销技巧	客户购买行为的心路历程
		客户的忠诚



		影响客户的六脉神剑
12	客户经理的自我管理	时间管理
		情绪管理
		心态建设
		目标管理
		活动量管理




一、 销售前的准备

1、 你的准备：KYC-map（了解你的客户）

- 1) KYC-map 理论简介
- 2) 客户信息收集的六维地图
- 3) KYC 中的营销机会
- 4) KYC 的几种方法
 - a) 主线沟通法
 - b) 隐晦询问法
 - c) 业务询问法
 - d) 侧面观察法
 - e) 三方询问法
- 5) KYC 结果的应用
 - a) 身份证号码的妙用
 - b) 送礼的学问
 - c) 给客户找一个购买产品的理由
 - d) 给客户推荐合适的产品
 - e) 精准转介绍

2、 我的准备

- 1) 心态准备
- 2) 物料准备
- 3) 交通准备

- 
- 4) 事由准备
 - 5) 话题准备
 - 6) 人设准备
 - 7) 助力准备
 - 8) 信息准备

案例：某销售人员见客户见的准备清单

3、 他的准备——同业信息

- 1) 同业股票走势
- 2) 同业近期正负面新闻
- 3) 同业产品、价格及促销信息
- 4) 同业的战略解读
- 5) 故事准备：如何讲清楚我们与同业间的不同

二、 接触

1、 客户约见理由客户约见理由

- 1) 客户约见六步曲
- 2) 业务相关的约见理由
- 3) 增值服务类约见理由
- 4) 经济、社会、金融动态类约见理由
- 5) 私人感情约见理由

2、 打电话的技巧和方法

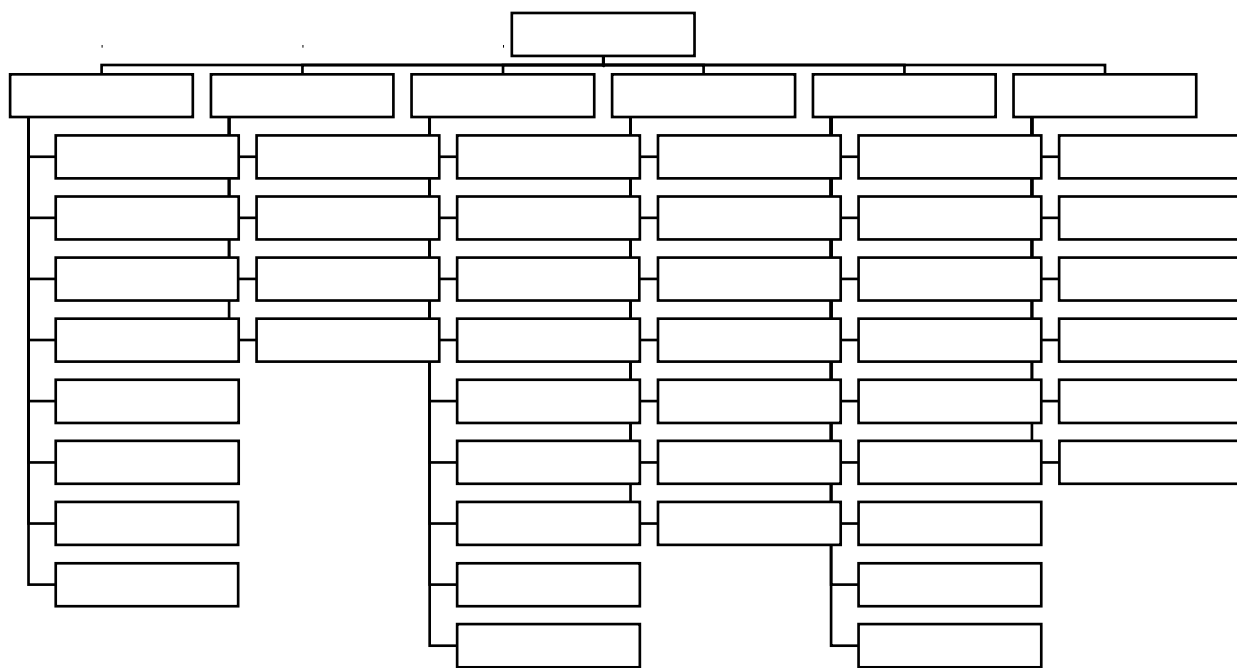
3、 自我介绍 4 种方法——让客户记住我们

- 1) 首次见面的流程；
 - 2) 应该避免自我介绍方式
 - 3) 自我介绍的要素
 - 4) 正确的自我介绍方法
 - 5) 寒暄&五级攀认
-

三、 获信

1、 客户信任地图（6大要素 43小要素）

根据产品、公司及客户的不同，每个客户的信任落脚点都有所不同，同样，每个客户不信任我们的原因也各有不同。本章节中的信任地图，将绝大部分可能的信任要素做了梳理，呈现如下。本章节，每一个细节处的要点，都跟随着一系列方法及动作，并将针对具体问题做话术演练。




四、 谈资

1、 谈资营销的方法——闲聊话题的目的

2、 常见 10 类金融话题

- 1) 股市话题
- 2) 房地产话题
- 3) 通货膨胀话题
- 4) 金融危机话题
- 5) 企业上市话题
- 6) P2P 话题
- 7) 投资移民、家族传承话题
- 8) 税务话题
- 9) 法务话题
- 10) 监管话题

3、 常见 10 类生活话题

- 
- 1) 汽车话题
 - 2) 国学、养生活题
 - 3) 旅游、休闲、娱乐、爱好话题
 - 4) 客户相关（家乡、工作、学业）话题
 - 5) 高尔夫、游艇、奢侈品、购物话题
 - 6)

4、 行业故事及笑话

5、 行业知识

6、 客户熟知的谈资——客户地域、客户行业

7、 谈资使用的技巧及方式


- 1) 请教式：针对某一话题，向客户请教
- 2) 倾听式：客户可能并不需要我们的建议，只是寻找一个听众
- 3) 呈现式：针对客户不知道的信任，告知客户
- 4) 八卦式：双方讨论某一八卦话题，并在讨论过程中获得愉悦，并无具体目的或切身相关性
- 5) 异见式：提出独到见解，使对方感受到这一话题中，与一般认知不同的见解
- 6) 专家式：向客户呈现专家建议，实际上是客户教育
- 7) 产品式：围绕产品进行的，常为在解释产品过程中，谈到了某一话题，用以证明产品

8、 课堂活动：你会聊天吗？

五、 客户需求挖掘

1、 事件营销法——商机的获取

基本概念：

- 
- 1) 客户的关键节点：客户在工作、生活中需要做出应激反应的特定节点
 - 2) 客户的使用场景：客户使用产品完成这一关键节点动作的环节
 - 3) 我们的营销场景：我们能够接触客户，并且完成营销动作的机会，也叫接触点

客户关键节点的分类：

- 1) 营销类节点：有营销机会的节点
- 2) 客情类节点：没有营销机会，但可以实现客情经营的节点

2、 客户需求模型


六、 产品推介

1、 产品介绍的 9 种方法

- 1) 比喻法
- 2) 数字法
- 3) 借力法
- 4) 扩缩法
- 5) 举例法
- 6) 对比法
- 7) 情感法
- 8) 梦想法
- 9) 换算法

2、 产品优势探寻九宫格

- 1) 产品
- 2) 品牌

- 
- 3) 价格
 - 4) 人员
 - 5) 客户
 - 6) 服务
 - 7) 行业
 - 8) 时间
 - 9) 性价比

3、 如何给客户讲解合同

七、 价格博弈

1、 报价三要素

- a) 要素 1：报价的时机
- b) 要素 2：语言顺序与包装
- c) 要素 3：语气与神态

2、 价格谈判（价格的价值解读）

- a) 客户真正的价格态度分析及判断
- b) 如何让客户觉得“占便宜”


价格谈判演练

八、 异议处理

1、 竞争应对

- a) 面对竞争时最常见的误区
- b) 应对竞争的九种方法

2、 异议处理 LSCPA

- 
- 1) L——倾听 (LISTEN) : 倾听客户的担忧, 确认真正的反对理由
 - 2) S——分担 (SHARE) : 站在客户的角度为其分忧解难
 - 3) C——澄清 (CLARIFY) : 对于客户的担忧加以解释, 以确认问题真正所在
 - 4) P——陈述 ([PRESENT](#)) : 针对客户的忧虑, 提出合理建议
 - 5) A——要求 ([ASK](#)) : 对于提出的建议, 要征求客户的最终同意
-

九、促成

1、促成的 16 个方法

- a) 水到渠成法
- b) 时效促成法
- c) 附加优惠法
- d) 假定成交法
- e) 唯一障碍法
- f) 换位决策法
- g) 人情成交法
- h) 沉默等待法
- i) 避免后悔法
- j) 强势成交法
- k) 从众成交法
- l) 下一步骤法
- m) 二中选一法
- n) 激将成交法

o) 富兰克林法

p) 断舍成交法

十、 微信营销

1、 微信沟通的八大注意事项

- 1) 根据客户需求选择语音或文字
- 2) 沟通时间的选择
- 3)

2、 微信朋友圈的经营

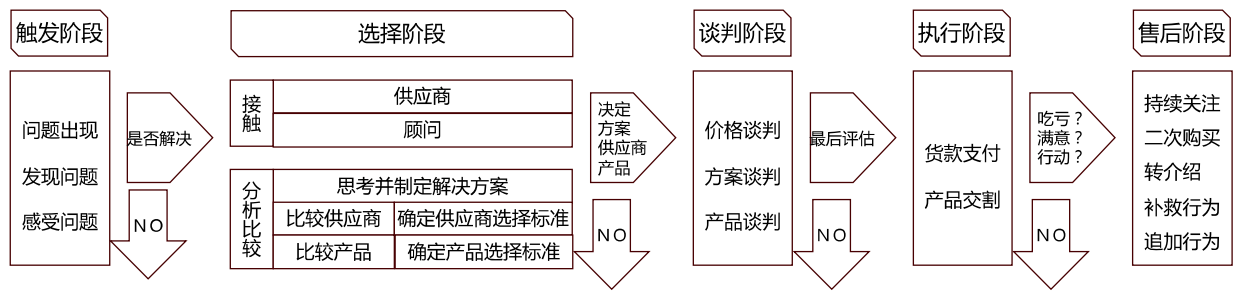
- 1) 电子人设
- 2) 朋友圈的节奏
- 3) 朋友圈的内容

3、 客户朋友圈的回复

- 1) 常见的 13 种客户朋友圈内容及回复技巧
 - a) 客户要求投票：不要回复已投，应回复，我点进去的时候已经忘了你让我投哪个选手了，我就觉得 17 号特别棒，结果退出来之后，发现你让我投的就是 17 号，这孩子真是太优秀了。
 - b) 客户晒成功：不要回复你好厉害，别人关心他飞地高不高，你要关心他飞地累不累，应回复：这中间一定吃了不吃苦吧？真想听听您的故事。
 - c) 受限篇幅，其它暂略

十一、 高阶营销技巧

1、 客户购买行为模型



不要关注我们如何卖，而要关注客户如何买

十二、 客户经理的自我管理

此章节内容偏方法论，实操当中往往会略讲

- 1、 时间管理
- 2、 情绪管理
- 3、 心态建设
- 4、 目标管理
- 5、 活动量管理