

整合多方人脉资源，蓄能蓄客蓄势待发

——开门红蓄客养客之道

一、课程背景

开门红即将开启，提前做好蓄客养客，将是制胜的核心与焦点。

如何整合多方人脉关系？

如何有效的蓄客与养客？

如何通过创新经营，稳定关系，赢得信任？

本套课程，将从获客、暖客、知客、融客等多角度，强化开门红蓄客养客的效果，为开门红做好前期的客户储备。

二、课程目标

- 1、建立正确的客户认知，学习获客的技巧
- 2、强化客户的关系管理，掌握暖客的方式与方法
- 3、通过热点问题的沟通，唤起客户的需求，提升融客的能力

三、课程对象

营销人员、客户经理、渠道服务人员

四、课程大纲

引言：医生的不销而销带来的启示

——营销的本质与营销的核心是经营，经营关系、经营家庭、经营财富

（一）建立正确的客户认知

- 1、找不到客户，其实是一个伪命题
- 2、客户就在我们身边，要学会捕捉机会、创造机会！
- 3、每个人都需要保险，只是买多少或是在哪里买的问题

- 4、我们每个人都有两类客户：成交与未成交
- 5、客户的阶段论：阶段不同，价值不同
- 6、营销工作的本质：经营客户
- 7、建立正确的角色定位
- 8、开启多元化的客户经营思维——流量思维、产品思维、根据地思维、渠道思维、服务思维、利他思维
- 9、营销之道——三招九式

(二) 打开财富之源，开启多元化获客之路

1、获客的本质

——什么是获客？获客的本质、获客的误区、获客的准则

2、获客的流程与要点

——梳理名单、客户分析、客户细分、资料收集

3、三条主要的客户来源

——缘故渠道、潜在渠道、陌生渠道

4、获客的方式与方法

01、缘故获客——做好身边资源的整理

02、渠道获客——有效利用人脉资源

03、圈子获客——主动寻找各类圈子

04、活动获客——打造个人影响力中心

05、问卷获客——借助工具，拓展客群

06、自媒体获客——学会线上获客

(三) 邀约客户，主动取得联系

1、邀客的本质与内涵

——什么是邀客？邀客的核心与要点、常见的问题解析

2、如何邀约客户

——邀客的方式、设计合适的理由和借口、邀客的方法

3、邀约客户的流程与要点

——确定对象、前期准备、客户邀约、微信提醒

(三) 暖客温心，强化客户关系管理

小白兔钓鱼的启示——不要用个人的思维衡量客户的想法，创新暖客的方式与方法

1、暖客的本质与内涵

——什么是暖客、暖客的意义、暖客的核心、暖客的误区

2、暖客的方式——专业式、情感式、助人式，日常问候、客户拜访、组织活动等

3、暖客的方法及要点——客户走访、市场调研、礼品赠送、开展活动

4、暖客的要诀——敬人、容人、让人、礼人

5、暖客的流程——策划计划、准备组织、操作执行、总结评估

(四) 知彼知己，正确判断客户的需求

1、知客的本质与内涵

——什么是知客、知客的意义、知客的内容

2、知客的方式与方法——访谈式、问卷式、查询式、活动式+望闻问切

3、知客的流程——策划、准备、组实施、总结

(五) 融合思想，打通理念，做好深度销售的准备

1、融客的本质与内涵

——什么是融客、融客的本质与内涵、理念不打通，一切销售行为都是无效的、传递保险的六个方面理念

2、融客的方式与方法

——融客的方式：讲授式、聊天式、互动式、体验式、咨询式；融合的方法：个人沟通、小型沙龙、借助会销；未来的趋势——活动+社群

3、多元化的融客沟通策略

——顾问式沟通、诊断式分析、场景式体验、功能性解读、类比式沟通

4、融客的方向与重点

——养老视角融客、传承视角融客、后备金视角融客、收入分配视角融客、资产配置视角融客

结语：带着困难上路，只要方向是对的，机会就在路上！