

《增额终身寿险的销售突破与多元化销售策略》

课程大纲

引言：小白兔钓鱼的启示

——不要停留在单一模式的销售

一、再看增额终身寿险

（一）终身寿险的本质与属性

1、终身寿险的形态与类别

2、终身寿险具备的多元属性——金融属性、法律属性、保险属性

3、终身寿险是一种特殊的金融资产——法律保护、定向传承

4、终身寿险的本质——无限期的储蓄、万变的产品

（二）终身寿险的功能与特点

1、终身寿险的特点——责任的单一性、收益的确定性、期限的灵活性、产品的万变性、功能的兼容性、受众的广泛性

2、终身寿险的十项功能

——基础功能（强制储蓄、锁定收益、确定实现、定向传承）

——金融功能（资产配置、资产融通、资金代持、长现金流）

——附加功能（规划人生、对冲通胀）

3、终身险对于家庭的价值

——完善家庭的财务管理、健全家庭的生活管理、满足家庭的财富管理、融洽家庭的关系管理

（三）终身寿险的优势

1、从风险管理角度看——长期规划的优势、完善保障的优势、资金稳定

的优势

2、从家庭生活的角度看——灵活运用的优势、守护尊严的优势、组合配置的优势

3、从财务管理的角度看——资产保值的优势、资金存储的优势

4、从资产传承的角度看——财富传承的优势、资产隔离的优势

二、增额终身寿险的客群分析与需求判断

(一) 不同客群的财富需求方向

1、不同年龄客群的需求方向

2、不同收入客群的需求方向

3、不同职业客群的需求方向

(二) 增额寿的十一个需求点

1、强制储蓄，积累财富——财富宝

2、养老储备，晚年无忧——孝顺宝

3、定向传承，防止挥霍——继承宝

4、转赠子女，预防婚变——爱心宝

5、改变模式，彰显尊严——舒心宝

6、锁定收益，稳健增值——生钱宝

7、终身伴随，慈爱相伴——传家宝

8、资产隔离，守护财富——安全宝

9、平衡配置，攻守平衡——压舱宝

10、长期积累，急用现金——急用宝

11、守护爱情，责任永恒——爱情宝

(三) 我国金融市场现状与家庭财富管理的情况解析

1、我国金融市场的发展现状与未来前景

2、我国居民财富现状与收入构成——总财富增长情况、居民存款变化、可支配收入等

3、中国家庭财富管理的现状——焦虑性（信心下降、消费降低等）、单一性（储蓄高、期限短）、风险性（家庭负债高、收入分配不合理）、偏执性（偏重于房产）、自负性（传统思维与观念、现代理财的认知差等）

(四) 增额寿拥有巨大的市场空间

1、从收入分配的角度看

2、从资产配置的角度看

3、从养老储备的角度看

4、从资产传承的角度看

5、从家庭后备的角度看

三、从多元视角谈增额终身寿险的价值

(一) 从养老储备的视角看增额寿险的价值

1、养老环境的变化（寿命延长、家庭结构变化、社保改革）

2、养老危机的加剧（社保不够、储备不足、规划不到）

3、增额寿险储备养老的优势

(二) 从家庭后备的视角看增额寿险的价值

1、家庭后备金的重要性

2、家庭后备金应该具备的条件（长期性、比例性、变现性）

3、增额寿作为家庭后备金的优势

(三) 从家庭信用的视角看增额寿险的价值

- 1、提升家庭信用的核心（稳定的长期性资产）
- 2、各类资产的功能解析
- 3、增额寿对家庭信用的作用

(四) 从财富升级的视角看增额寿险的价值

- 1、财富升级的意义
- 2、财富升级的方向（收入分配与资产配置）
- 3、增额寿在财富升级过程中的作用（均衡收入分配、平衡资产配置）

(五) 从财富传承的视角看增额寿险的价值

- 1、传统方式传承资产的弊端
- 2、增额寿传承资产的优势
- 3、信托+保险的优势

四、增额寿险的多元化销售策略

(一) 多元化销售策略概述

- 1、五个方面的销售策略
- 2、确定销售对象
- 3、确定沟通的内容
- 4、确定沟通的流程——引出话题、抛出问题、给出建议、推出产品

(二) 财富升级的销售策略

- 1、主要的销售对象——所有人
- 2、沟通的内容（收入分配升级、资产配置升级）
- 3、沟通的实务流程——财富与财富管理、为什么要做财富升级、财富升

级的两个方面、掌握各类财富管理工具的属性、增额寿的优势

(二) 财富信用的销售策略

- 1、主要的销售对象——中产阶级与企业主
- 2、沟通的内容（什么是财富信用、财富信用意义）
- 3、沟通的实务流程——财富信用评估、财富信用说明、提升财富信用的建议、增额寿优势

(三) 财富传承的销售策略

- 1、主要的销售对象——高龄人群、高净值人群
- 2、沟通的内容（财富传承的本质、财富传承不是富人的专利）
- 3、沟通的实务流程——财富传承的意义、财富传承的失败原因、有效财富传承的建议、增额寿优势

(四) 财富后备的销售策略

- 1、主要的销售对象——大众家庭
- 2、沟通的内容（后备金的三个要素）
- 3、沟通的实务流程——财富后备金的意义、缺少后备金的后果、财富后备金的建议、增额寿优势

(五) 养老储备的销售策略

- 1、主要的销售对象——大众家庭
- 2、沟通的内容（养老环境变化与养老危机的形成）
- 3、沟通的实务流程——养老规划的意义、养老环境变化与养老危机、科学养老规划的建议、增额寿优势

结语：带着困难上路，只要方向是正确的，机会就早路上！