

资产配置基础上的保险快销

理财经理销售技能提升课

【课程背景】

作为理财经理，经常有这样的的遭遇和困惑，看到一个优质客户购买了很多短期理财产品，于是我们认为机会来了，开始给他灌输各种理念，最后，客户认可保险了，但是却到别的网点购买了保险产品。思考一下：

- 你的理财产品在方圆三公里内，收益率是最高的吗？
- 你的保险产品在方圆三公里内，性价比是最好的吗？
- 你的商业贷产品在方圆三公里内，利率是最低的吗？
- 客户貌似总是不太相信我们，生怕被我们忽悠，我们该怎么做？
- 信息透明的互联网时代，如何才能让客户成为我们的忠实用户？

《资产配置基础上的保险快销》让你从本质上理解客户的一系列行为，并根据客户的本能表现，做出相应改变，让你真正掌控客户的需求，让客户对我们产生依赖，主动购买我们推荐的保险产品。

【课程收益】

- 打破思维的墙，提升队伍技能，扩大队伍的“生存空间”；
- 理解客户的本能表现，真正掌控客户需求，让客户对我们产生依赖，主动购买我们推荐的产品；
- 通过“经济视角”、“人性视角”、“产品视角”、“财商视角”四个不同的维度来解读保险产品，进行正确的理念灌输；
- 从“资产视角”、“年龄视角”、“风险视角”对客户进行了 10 个维度的划分，并从“客户画像描述”、“客户痛点”、“客户需求”及“沟通要点”等方面进行了详细阐述；
- 掌握“教育”、“养老”、“婚姻”、“传承”、“资产隔离”五个模块的知识点及沟通技巧，展现客户期待的角色形象——理财顾问，而非推销员，构建值得客户托付一生的服务关系；
- 掌握老客户经营技巧，发挥老客户的价值

【课程特色】 干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学之能用；投入，案例精彩

【课程对象】 理财经理

【课程时间】 2 天

【课程大纲】

一、打破思维的墙，改变网点现状

1、如何扩大我们的“生存空间”？

2、银行网点的三大营销阵地

3、深挖存量客户

- 存量客户的重要性
- 存量客户的五大分类
- 存量客户的管理策略

4、对于增额终身寿的认知

- 增额终身寿的优势是什么
- 我们如何卖增额终身寿
- 客户为什么不买增额终身寿
- 你的困惑是什么

5、客户为什么需要增额终身寿

二、如何让我客户听我们的，做出购买决定？

1、客户什么情况下会产生购买行为

- 简单讲产品还是复杂讲产品
- 如何建立信任感
- 客户购买四部曲

2、经济视角下的增额终身寿理念沟通

- 财富运转图讲解
- 如何让客户明白理财的本质
案例及落地工具：不同理财操作下的人生

3、人性视角下的增额终身寿理念沟通

- 人性的善与恶
- 如何利用人性，制造需求
案例及落地工具：家庭结构风险图

4、产品视角下的增额终身寿理念沟通

5、财商视角下的增额终身寿理念沟通

三、如何对客户需求进行定位解读？

1、从“财富和能力视角”对客户进行定位解读

- 从财富轴和能力轴两个方面划分，并建立客户画像
- 确定四类客户的基本诉求
- 通过合理的保单设计，解决诉求，实现目标
课程呈现方式：互动、引导

2、从“年龄视角”对客户进行定位解读

- 对客户进行“青年、中年、老年”划分，并建立客户画像
- 青年群体客户画像描述、痛点及需求
- 中年群体客户画像描述、痛点、需求及沟通要点
- 老年群体客户画像描述、痛点、需求及沟通要点
课程呈现方式：互动、引导

3、从“保险视角”对客户进行定位解读

- 对风险进行“基础风险、中端风险、高端风险”的划分
- 各风险针对的保险风险点及解决点
落地工具：风险解决方案

四、如何顺利的切入保险？

1、子教话题

- 双减落地，是喜还是忧
- 如何培育子女“财商”能力

2、养老话题

- 养老风险沟通的四大逻辑
- 养老认知的两大误区
- 养老金销售的一套方法
现场互动：测一下你的养老金缺口
- 保险配置在养老中的重要作用

3、婚姻话题

- 金钱堆砌起来的婚姻殿堂
- 孩子离婚，父母破产，民法典下的婚姻风险
案例分析：张小姐和刘先生的婚姻历程
- 生前送产要留权，民法典下的财富智慧
案例分析：小王的故事，父母对子女财富支持

互动演练：请为王女士设计一份合适的保险计划

- 保险配置在婚姻中的重要作用

4、传承话题

- 财富的三权特性
- 身后留产不遗产，民法典下的财富智慧

案例分析：王总的故事、张先生的故事

- 保险配置在传承中的重要作用

5、隔离话题

- 什么是企业真正的现金流
- 家企不分风险大

案例分析：大友公司的悲剧

- 开着有限责任公司，却承担着无限连带责任
- 保险金信托的魅力

五、如何做好客户经营？

1、举办客户活动

2、针对性分享生活资讯

3、用心服务，增强关系粘度

案例分析：银行前的电动车、生日祝福

4、客户转介，让销售更简单