

# 《智拓中端—保险中端客群开拓与经营》

主讲：李瑞倩老师

## 【课程背景】

随着保险行业的不断发展和市场竞争的加剧，保险公司越来越意识到中端客群的重要性。中端客群通常指那些具有一定财富积累、风险意识强、保险需求多样化的客户群体。他们不仅能为保险公司带来稳定的保费收入，还是保险产品创新和业务增长的重要推动力。

然而，如何有效地开拓和经营中端客群，成为许多保险公司面临的挑战。传统的客户开拓方式往往效果不佳，且成本高昂。同时，中端客群对保险产品的需求日益个性化、多元化，要求保险公司能够提供更加精准、专业的服务。

因此，为了提升保险公司在中端客群市场的竞争力，我们设计了“智拓中端”这一课程。本课程旨在帮助保险公司掌握有效的中端客群开拓方法，提升客户服务质量，实现业务增长和利润提升。

## 【课程收益】

- 深入理解中端客群：课程将详细解析中端客群的特征、心理、消费习惯以及保险需求，帮助学员形成对中端客群的全面认知。
- 掌握开拓策略：学员将学习并掌握一系列有效的客户开拓方法，包括市场调研、潜在客户识别、客户关系建立与维护等，从而在中端市场中精准定位并高效获取目标客户。
- 提升经营思路：课程将教授针对中端客群的产品策略、销售策略、服务策略等，帮助学员构建全面的经营框架，提升在中端市场的竞争力。
- 实战能力提升：通过案例分析和实战模拟，学员将有机会将所学知识应用于实际场景，提升解决实际问题的能力，增强业务操作能力。

## 【课程时间】

1天（6小时/天）

## 【课程对象】

寿险从业人员

## 【课程方式】

讲师讲授+案例分析

## 【课程大纲】

### 一、寿险人员中端客户开发维护的必要性

#### 1. 寿险市场发展趋势

#### 2. 中端客群的重要性

### 二、中端客群特征分析

#### 1. 中端客群定义与分类

- 财富水平标准
- 社会地位与职业特征

#### 2. 中端客群的心理特征

- 风险偏好
- 投资理念
- 保障需求

#### 3. 中端客群的消费习惯

- 购买决策过程

- 产品偏好

- 服务期望

### 三、中端客群开拓方法

#### 1.市场细分与定位

- 市场细分维度

- 中端客群市场定位

#### 2.潜在客户识别与筛选

- 数据来源与分析

- 潜在客户识别技巧

- 筛选标准与流程

#### 3.开拓渠道与策略

- 传统渠道（银行、证券等）

- 合作模式与流程

- 成功案例分享

- 新兴渠道（互联网、社交媒体等）

- 线上营销策略

- 社交媒体运用技巧

- 渠道融合与互补

- 跨渠道协同作战

- 渠道整合案例分析

### 四、中端客户保险产品营销四部曲

#### 1.建立信任

- 代理人不被信任的四大因素

- 扮演客户期待的角色

- 用满意服务给自己加分

- 巧妙沟通打动人心

- 建立信任的“三说”技巧

#### 2.需求挖掘

- 需求挖掘核心思维-因果理论

- 破解“见光死”的“三不说”技巧

- 医生式营销四步法

#### 3.产品介绍

- 产品介绍五大乱象

- 产品介绍要与客户需求相匹配

- 产品介绍的 SCBC 法则

- 卖点提炼的四点合一

#### 4.交易促成

- 揭开拒绝面纱

- 拒绝处理五大错

- 分辨真假异议

- 化解异议

- 交易促成