

# 《精准营销，价值赋能》

## 贵金属与保险产品实战营销策略

主讲：李瑞倩老师

### 【课程背景】

#### 市场环境分析

- 贵金属投资需求增长；
- 保险产品回归保障本质，客户需求多样化；
- 天津农商银行本地化客户群体的特点。

#### 痛点与挑战

- 客户经理对复杂产品理解不足，难以挖掘客户深层需求；
- 营销模式单一，依赖传统话术，转化率低；
- 数字化工具应用不足，缺乏精准营销策略。

### 【课程收益】

- 能力提升：掌握贵金属与保险产品的核心卖点及差异化营销逻辑；
- 客户洞察：学会通过需求分析工具锁定目标客户，提升精准推荐能力；
- 工具赋能：运用数字化工具（如 CRM 系统、营销话术库）提升效率；
- 实战转化：通过案例拆解与场景演练，提升客户沟通与异议处理能力。

### 【课程对象】

农商银行客户经理

### 【课程特色】

讲师讲授+案例分析+场景分析+小组讨论

### 【课程时间】

1天（6小时/天）

### 【课程大纲】

#### 一、产品认知与市场定位

##### 1. 贵金属产品解析

- 产品类型：实物金条、投资金、主题贵金属（生肖、文创）等；
- 核心卖点：避险属性、保值增值、礼品场景（结合天津本地婚庆、节庆文化）；
- 案例：某农商行“中秋金月饼”礼赠营销活动复盘。

##### 2. 保险产品解析

- 产品分类：年金险、增额终身寿、健康险的适用人群；
- 营销逻辑：从“推销产品”到“解决痛点”（养老规划、资产隔离、医疗保障）；
- 工具：保险需求分析“四象限法”（保障、储蓄、传承、税务）。

#### 二、客户需求挖掘与沟通技巧

##### 1. 客户分层与画像

- 贵金属客户：中小企业家（资产配置）、年轻父母（儿童金）、节庆送礼群体；
- 保险客户：中产家庭（教育金/养老）、高净值客户（财富传承）。

##### 2. SPIN 提问法实战

- 场景：如何通过提问引导客户需求（例：询问企业主“是否考虑资产避险分散风险？”）；
- 工具：客户 KYC 问卷模板（家庭结构、投资偏好、风险承受力）。

##### 3. 异议处理技巧

➤ 贵金属常见异议：“金价波动大，不如存定期” → 应对策略：强调长期保值与实物资产属性；

➤ 保险常见异议：“收益太低，不如炒股” → 应对策略：用“标准普尔资产配置图”解释安全垫作用。

### 三、场景化营销策略与工具应用

#### 1. 贵金属营销场景

- 节日营销：春节压岁钱、婚庆三金定制服务；
- 事件营销：结合金价波动推送“定投黄金”短信话术；
- 工具：贵金属价格走势分析 APP（如“金十数据”），用于增强客户信任。

#### 2. 保险营销场景

- 健康险：利用“医保改革”政策切入家庭医疗保障缺口；
- 储蓄险：对比银行利率下行趋势，突出锁定收益优势；
- 工具：保险利益演示软件（动态展示现金价值增长）。

#### 3. 数字化工具联动

- 微信营销：朋友圈素材库（贵金属产品美图+文案）、保险科普短视频；
- CRM 系统：标记客户偏好，设置产品到期提醒触发二次营销。

### 四、案例实战与角色演练

#### 1. 综合案例研讨

- 案例 1：某农商行客户经理通过“资产配置诊断表”促成百万年金险大单；
- 案例 2：贵金属团购营销（针对企业客户福利采购）。

#### 2. 情景模拟演练

- 分组演练：模拟企业主客户、养老需求客户等角色，实战演练产品推荐；
- 导师点评：针对话术、节奏、工具使用进行现场反馈。