

保险财富规划与客户营销技巧提升

(保险配置和高客拓展培训)

主讲：刘海涛

课程背景：

随着国民经济收入水平整体的提高，越来越多的人手里持有一定数额的资产，这些资产往往都在众多的理财经理和多个财富工具打理着，发挥其相应的作用，那么保险工具发挥着哪些独有作用？为什么被很多客户追捧？为何在2020年及2021年最艰难的日子里却爆出多张天价保单？到底该用何种方法实现真正的“以客户为中心”销售策略，实现双赢。

课程收益：

- 提升员工的保险理财工具的知识，学会寿险理财工具独有功用；
- 提高员工开拓高客的能力，学会为客户提前做规划；
- 精准描绘客户财富画像，解析客户面临财富风险；
- 体验式销售逻辑运用，掌握客户开拓技巧，难点及痛点和成交点；

课程时间：1天，6小时/天

课程对象：客户经理、理财经理 营销主管以上职级

课程方式：课堂讲授+实操训练+案例分析+实操比拼

课程风格：

- **结构详实，逻辑性强：**内容完整，层层递进，环环紧扣。
- **注重实操，实战性强：**以实际操练为主，突出实战难点重点攻关。
- **风格幽默，轻松易学：**课堂氛围轻松愉悦，感染力强，学员互动性高。
- **资料完备，效果明显：**资料内容紧扣技能提升主题，实际验收效果显著。

课程大纲：

导入：2022年下半年行业发展趋势分析

1. 中央财经第十次会议解读
2. 中国高净值客户人群分布情况
3. 中国高净值客户按年龄、性别、教育背景、财富分险点画像
4. 高薪行业前十排名解读
5. 中国原始保费收入再创新高，市场潜力巨大

案例：82岁成就国内史上最高龄的MDRT

第一讲：财富工具概述

一、简述几类金融工具

1. 存款类属性特征

- 1) 安全保护性强
- 2) 期限固定
- 3) 利息收益性低

2. 信托类属性特征

- 1) 信托基本概念和结构介绍
- 2) 信托和人寿保单产品组合介绍
- 3) 保险金信托优势分析

3. 保险独有属性特征

- 1) 安全稳健性强
- 2) 资产规划的根基
- 3) 应税资产变免税资产有力工具

工具：《保险与其他理财工具对比图谱》



二、保险理财工具实战运用

1. 保险债务管理功能
2. 保险现金流管理功能
3. 保险婚姻风险隔离功能
4. 保险财富传承功能

案例：企业主购买 600 万元保险理财案例解析

第二讲：客户有效沟通开拓思维逻辑运用

1. DISC 客户分析

- 1) D 可控型，目的性沟通
- 2) I 渲染型，感性沟通
- 3) S 稳重型，导向性沟通
- 4) C 聆听型，事实性沟通

第三讲：客户体验式销售技巧运用

1. 体验式销售原理

- 1) 挖掘痛点+风险点+成交价值
- 2) 体验式发问互动的引导解析
- 3) 四大发问模式讲解与演练(现状、困难、牵连、价值)
- 4) 结合三大目标客户与四大核心需求的 SPIN 角色扮演

现场训练：结合真实客户信息案例，体验式模拟销售训练

第四讲：开门红个人酒会运作技巧

1、个人酒会优势解读

- 1) 个人酒会的三利好（员工、公司、客户）
- 2) 个人酒会经典模式解读
- 3) 个人酒会发展新趋势解读

2、个人酒会实操策略解析

- 1) 个人酒会选题及策划

①时间

②地点

③人物

④目标

⑤预估结果

- 2) 个人酒会流程实操技巧解析

①个人酒会流程图解读

②个人酒会电话邀约话术及面见话术解析

③个人酒会现场五步促成解析

④个人酒会会后两次追踪促成解析

课程结束与总结