

《呼入交叉营销技巧》培训

主讲：王庆晨老师

课程收益：

- 1、了解电话交叉营销保险的特点、流程和难点，明确电话交叉营销保险的思维理念、心态定位；
- 2、掌握电话交叉营销保险的关键点及分析技巧，能够敏锐的发现电话营销中交叉营销保险的机会；
- 3、通过大量的录音分析与情景模拟演练，提升学员交叉营销的能力；
- 4、掌握电话交叉营销保险业务的话术设计、编写技巧。

授课方式：采用讲师讲述、案例分析、分组讨论、互动答疑、情景模拟演练等方式

培训学员：客服中心主管、班组长、内训师、骨干员工

课程时长：2天

课程纲要：

◆ 保险行业电话交叉营销认知与思维定位、心态

- 电话交叉营销的意义与价值
- 电话交叉营销的特点
- 客服中心电话交叉营销和外呼营销的区别
- 电话交叉营销的难点在哪里

- 案例：消费者为什么抗拒电话营销
- 案例：客户为什么抗拒保险
- 案例：呼入保险的电销和外呼保险营销区别

◆ 保险行业客服中心交叉营销关键点分析

- 业务咨询中的销售机会
- 业务办理中的销售机会

- 投诉抱怨中的销售机会
- 业务挽留中的销售机会
- 主动回访中的销售机会
- 录音分析：如何敏锐的捕捉销售机会
- 案例：客户要退保如何挽留客户
- 案例：客户对免费的保险感兴趣，如何引导到收费的人寿保险
- 案例：客户对我们推荐的保险满意，如何交叉叠加营销更多的保险业务
- ◆ 保险行业交叉营销实战技巧训练
 - 电话交叉营销切入 30 秒的艺术
 - ◆ 保险行业切入交叉营销的常用话术句型
 - ◆ 保险行业切入交叉营销的原则和技巧
 - ◆ 30 秒中的非措辞部分
 - ◆ 录音分析：车险如何切入交叉销售到寿险
 - ◆ 案例分析：免费保险如何切入到后期的收费保险
 - 电话交叉营销中需求挖掘
 - ◆ 避免你的电话营销变成电话骚扰
 - ◆ 保险产品需求挖掘引导技巧
 - ◆ 保险产品需求探寻提问技巧
 - ◆ 保险产品牛群效应同理技巧
 - ◆ 客户需求及保险亮点的有效匹配
 - ◆ 设计提问：挖掘客户对保险的需求
 - ◆ 设计提问：挖掘客户对保险额度的需求
 - ◆ 情景模拟演练：模拟四种典型客户需求挖掘的沟通模式
 - 产品介绍技巧
 - ◆ 电话中介绍保险产品的特点
 - ◆ 好处介绍法呈现保险卖点
 - ◆ 对比介绍法呈现保险卖点
 - ◆ 分解介绍法呈现保险卖点
 - ◆ 牛群效应法呈现保险卖点
 - ◆ 产品呈现时注意事项

- ◆ 情景模拟演练：模拟保险产品的对比介绍法

- 交叉销售中的异议处理和临门一脚

- ◆ 电话异议处理的原则

- ◆ 电话异议处理万能法则

- 认可法则

- 同理法则

- 赞美法则

- 从众法则

- ◆ 电话中常见的客户异议

- 客户说：“我只是了解咨询一下”

- 客户说：“我需要考虑一下”

- 客户说：“我需要时，再打电话过来吧”

- 客户说：“你先份资料过来看看”

- 客户说：“我对保险不太熟悉，害怕被骗”

- 客户说：“你们免费的保险，不会是骗人的吧”？

- 客户说：“我和家人商量一下吧”

- 客户说：“我去分公司了解一下，再说吧”

- 客户说：“我保险公司有朋友，我再了解一下吧”

- 客户说：“先扣费，后发合同过来，不合适”

- 客户说：“我已经有这类保险了”

- 客户说：“保险都是骗人的，我不敢相信”

- ◆ 话术分享：各种客户异议处理的脚本

- ◆ 情景模拟演练：模拟各种客户背景进行实战演练

- ◆ 交叉营销的脚本话术设计与训练

- 向客户交叉销售保险的条件

- 向客户交叉销售新保险的时机

- 向客户交叉销售保险的策略

- 向客户交叉销售保险的话术

- 团队配合向客户交叉销售的分工与配合技巧

- ◆ 课程回顾与问题解答

注：内容可按保险公司具体需求及调研结果调整，量身定制课程。