2017年个险准客户开拓主题培训课程

步步为营 六步成交

萃取师：**

销售主管：**

【课程名称】步步为营 六步成交

【授课时间】50分钟

【授课对象】自主经营的主管

【授课技巧】讲授、示范

【课程介绍】本课程介绍的是帮助新人持续稳定系统获客的方法和技巧。在获客中养客，在养客中获客，把陌生客户快速零压力转化成缘故客户，最终达到成交的目的。

【课程目标】通过授课让学员了解六步成交法，掌握系统获客的方法和技巧，达到持续稳定成交客户的目的。

谁的压力更大？

新人

客户

陌生拜访是新人快速成长的重要途径

- ✓ 不知道去哪？
- ✓ 不知道找谁？
- ✓ 不知道如何开口？
- ✓ 不知道如何异议处理？
- ✓ 不知道如何积累有效客户？
- ✓ 不知道如何后期跟进经营准客户？
- ✓ 不知道如何把准客户变成增员和客户？

步步为营 六步成交

业务员和客户零压力

快速将陌生转化缘故

**

2012年加盟中国人寿

历经业务员、业务经理

2014年担任营销总部组训

2015年担任职业经理人团队主管

现担任营销总部职场经理

2015年市公司基本法大赛二等奖

2016年市公司基本法分析师称号

- 团队人力60人
- 出勤人力占比 100%
- 入司时间1年内入司新人
- 新人9个月留存率100%

- 2016年1月到7月
- 长险保费631万，长险件数612件
- 短险保费14万；短险件数1380件
- 有效增员165人

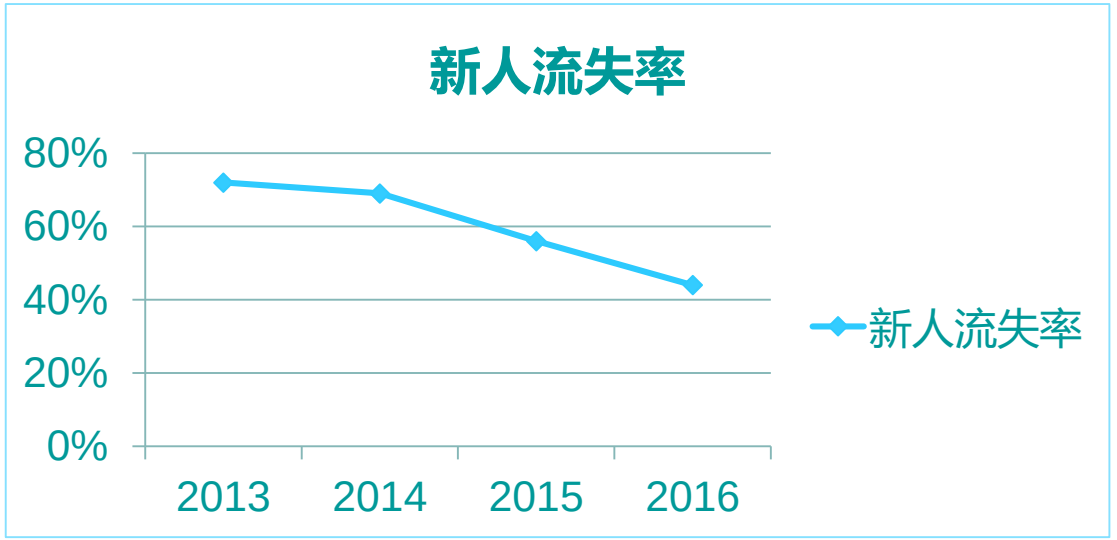
2017年个险准客户开拓主题培训课程

步步为营 六步成交

萃取师：**

销售主管：**

月均期交举绩率	90%
陌生成交的增员	65%
月均增员人数	25人
陌生六次见面成交概率	30%



如图所示：2013年营销总部新人13个月的留失较高，绝大多数新人缘故市场开拓结束后没有更多客户而流失，缘故市场的枯竭意味着新人的流失

陌生拜访是新人快速成长的重要途径

拜访顾虑
问题1
不知道去哪？
问题2
不知道找谁？
问题3
不知道如何开口？
问题4
不知道如何异议处理？
问题5
不知道如何积累有效准客户？
问题6
不知道如何后期有借口经营准客户？
问题7
不知道如何把准客户变成客户或增员？

步步为营 六步成交

业务员和客户零压力

快速将陌生转化缘故

- 容易取得对公司的信任
- 容易取得对业务员的信任
- 客户零压力

- 容易拜访，有拜访目标方法
- 零压力销售
- 有利于业务增员和转介绍

- 活动量高
- 转正率高
- 举绩率高
- 团队充满正能量

目的：明确拜访任务

任务：提前一周制定拜访计划

工具：拜访计划表

注意事项：

1、周一到周五陌生拜访，周六日缘故拜访

2、按照入司时间确定拜访目标及数量

3、每天必须2小时拜访

4、以月为周期，前两周陌拜，后两周回访

5、平台：一周一次养客，一月2次会销

第**小组拜访计划（2016.7.25-7.31）					
时间	具体拜访时间	地点	参与人数	拜访工具	计划收集客户资料数
周一					
周二					
周三					
周四					
周五					
周六					
周日					
记录人			拜访负责人		
电话			电话		

1、使用时间

每天二早时间

2、使用对象

团队小组伙伴

3、操作过程

小组每位伙伴共同研讨一周的拜访时间、地点、拜访成员、拜访工具的使用及客户资料收集数量

4、追踪情况

每天按照小组拜访计划表实行拜访计划

5、注意事项

在拜访中小组成员可以临时机动调整，保证每天2小时拜访。

小组共同研讨制定拜访计划

第一小组拜访计划（2016.7.25-2016.7.31）

时间	具体拜访时间	地点	参与人数	拜访工具	计划收集客户资料数
周一	下午 2:30~4:30	盛华	7	手机支架	70
周二	下午2:30~4:30	盛华	7	手机支架	70
周三	下午2:30~4:30	盛华	8	手机支架	80
周四	上午10:00~12:00	万达	8	气球	80
周五	上午10:00~12:00	万达	8	气球	80
周六					
周日					

记录人 张玉丽　　拜访负责人 李文超

电话 15076588899　　电话 15076599899

第三小组拜访计划（2016.7.25-2016.7.31）

时间	具体拜访时间	地点	参与人数	拜访工具	计划收集客户资料数
周一	下午5:00~7:00	益民园	9	中国体育球	90
周二	下午5:00~7:00	益民园	9	中国人寿气球	90
周三	上午10:00~12:00	玉泽城	7	手机支架	70
周四	上午10:00~12:00	玉泽城	7	手机支架	70
周五	下午4:00~6:00	68市场	8	手机支架	80
周六					
周日					
记录人	李津伟		拜访负责人	易李	
电话	13040018887		电话	18630789365	

目的：获得联系方式

任务：根据拜访计划发放名片、进行市场问卷调查

工具：名片、问卷调查表

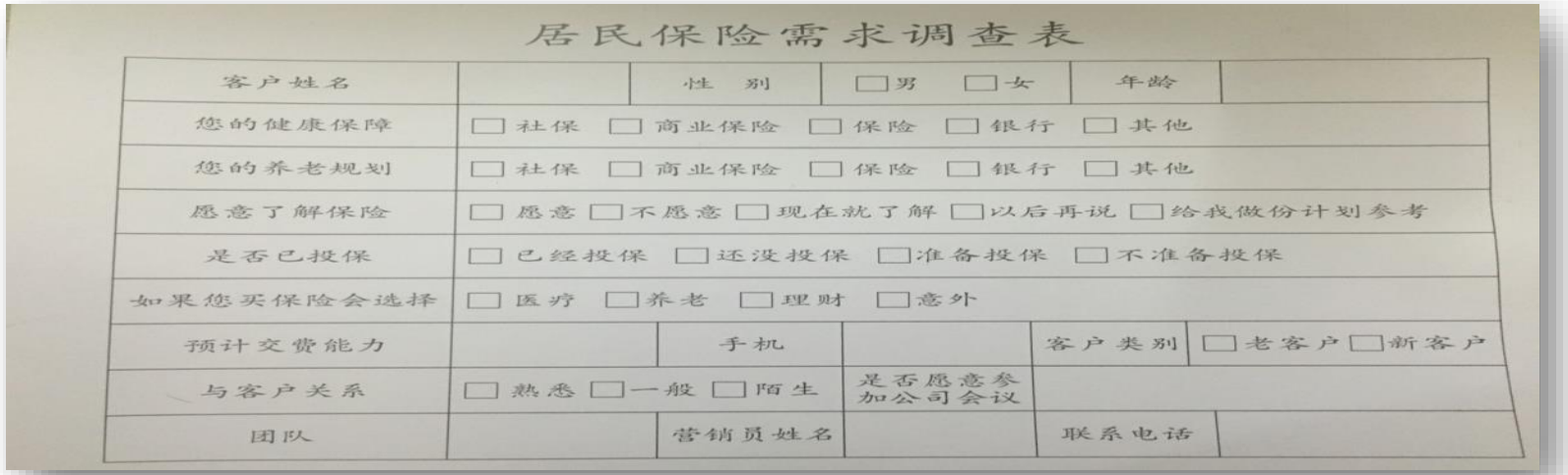
注意事项：

1、熟练运用开场话术，预警陌拜时的异议处理

2、前期主管陪同拜访，及时解决拜访中出现的的问题

3、新人两两结对，尽量强弱搭，老少搭，动静搭，增强信心

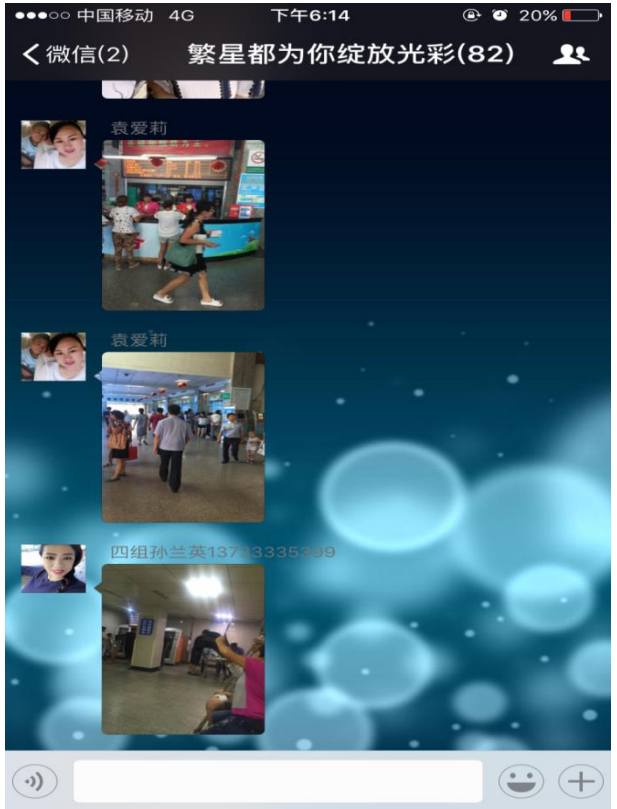
4、实时在微信群里进行拜访位置及照片推送



居民保险需求调查表

客户姓名		性　别	□男　□女	年龄	
您的健康保障	□社保　□商业保险　□保险　□银行　□其他				
您的养老规划	□社保　□商业保险　□保险　□银行　□其他				
愿意了解保险	□愿意　□不愿意　□现在就了解　□以后再说　□给我做份计划参考				
是否已投保	□已经投保　□还没投保　□准备投保　□不准备投保				
如果您买保险会选择	□医疗　□养老　□理财　□意外				
预计交费能力		手机		客户类别	□老客户□新客户
与客户关系	□熟悉□一般□陌生		是否愿意参加公司会议		
团队		营销员姓名		联系电话	

您好，请问能打扰您一分钟的时间吗?我是中国人寿的工作人员，我们公司正在研发一款惠民保险，需要我们做一下简单的市场调查，您只要填一下这张居民调查表，就行，非常简单，而且我们公司还会对填写区民调查表的人员有小礼品赠送，并且公司会在填表的人员当中抽取10名幸运人员，到时如果您中奖了，会按照您留下的联系方式联系您的？您看，可以吗？



每天在微信群共享拜访地点及拜访客户照片

目的：分类筛选客户

任务：送礼品为借口，收集客户资料，
进行初步分类，寻找适合平台。

工具：小礼品、话术

注意事项：

1、梳理拜访名单，对客户进行分类筛选

2、完善客户信息，为下次养客做铺垫

XXX先生/女士,您好，还记得我吗？我是上次找您做过调查中国人寿保险公司的小张，您真是太幸运了，我们公司在500多名人员当中抽取了50名幸运人员，您就是其中一个，您看这是奖品！

收集资料（表）	客户需求分类	客养平台	邀请对象
客户基本信息（姓名、性别、年龄等） 兴趣、爱好、职业、婚否、喜欢的宠物、喜欢的动物、喜欢的运动、个人的信仰、家庭成员等	亲子活动，推销产品	跳槽市场	宝妈、个体经营者
	亲子活动	寿司DIY	宝妈
	寻找伴侣	相亲大会	未婚男女、父母
	亲子活动，崇尚绿色	野外采摘	宝妈、采摘爱好者
	爱心活动	爱心活动	爱心人士
	关注风水、健康、养生、法律、教育	知识讲座	感兴趣的客户
	……	……	……

根据客户需求分类匹配客养平台

目的：陌生转化缘故

任务：邀请客户参加客养平台，并为客户照相。

工具：照相机

注意事项：

1、根据阶段积累的客户情况按需求组织匹配的平台

2、在参加平台的过程中多给客户进行即兴照相

3、我们为客户介绍更多朋友，客户为我们介绍更多客户

目的：确认客养满意度

任务：填写有奖的“养客问卷”

工具：客养问卷调查表

注意事项：

1、让新人营造轻松氛围引导客户填写问卷

2、实时性的收集客户资料，完善客户档案

中国人寿唐山分公司营销总部

汉堡 DIY 活动回访调查问卷

尊敬的客户：

您好，非常感谢您对本公司汉堡 DIY 活动的大力支持和信任，为了更好地倾听您的心声，进一步了解您对本公司所提供的客户服务等方面的满意程度，敬请填写以下回访调查表，您的任何意见和建议都是公司的宝贵财富，并将激励我们更加努力地工作，不断改进提高，最终为您提供更优质的的服务。此外，为了答谢您的宝贵意见和建议，我公司将定期从优秀的《回访调查问卷》中抽取十名客户，赠送精美礼品，以示感谢！

客户姓名：　　电话：

问卷调查：

1、您对我公司服务人员的态度是否满意?

非常满意□ 满意□ 一般□ 不满意□ 非常不满意□

2、您对我公司举办活动的场地是否满意?

非常满意□ 满意□ 一般□ 不满意□ 非常不满意□

3、您对我公司活动整体的流程是否满意?

非常满意□ 满意□ 一般□ 不满意□ 非常不满意□

4、您是否觉得您或孩子在本次活动中有收获?

是□　　一般□　　否□

5、今后您还会继续参加公司举办的活动吗?

会□　有时间会参加□　不会□

6、您是否愿意把公司的活动分享给朋友，或带下次朋友一起参加?

愿意□　　了解活动内容后愿意□　　不愿意□

7、您认为本公司的服务需要改进的地方：

8、您对本公司的建议：

1、使用时间

回访时候

2、使用对象

团队小组伙伴

3、操作过程

每位伙伴梳理参加客养的客户，2天内对客户进行客养回访，完成调查问卷，获得转介绍客户信息，带走问卷，利用抽奖为借口创造下次拜访的机会。

4、追踪情况

对问卷进行回收检查，是否拿回来，没有的话不能参加客养平台

5、注意事项

在进行回访是尽可能做到多问多听多记，收集更对的资料为后期需求导向销售做准备。

目的：需求导向销售

任务：送养客照片，激发需求，做定向促成

工具：照片

注意事项：

1、根据客户资料收集激发客户需求

2、根据客户需求直接定向促成

需求情况	促成方向
有保险需求	直接销售
有加盟需求	直接增员
销售促成未果	产说会
增员促成未果	创说会

目的：获得成交机会

任务：借助产说会、创说会平台、持续服务

工具：工作日志

注意事项：

1、成交保单

2、成交增员

3、成交转介绍

4、成为朋友

明确拜访任务

获得联系方式

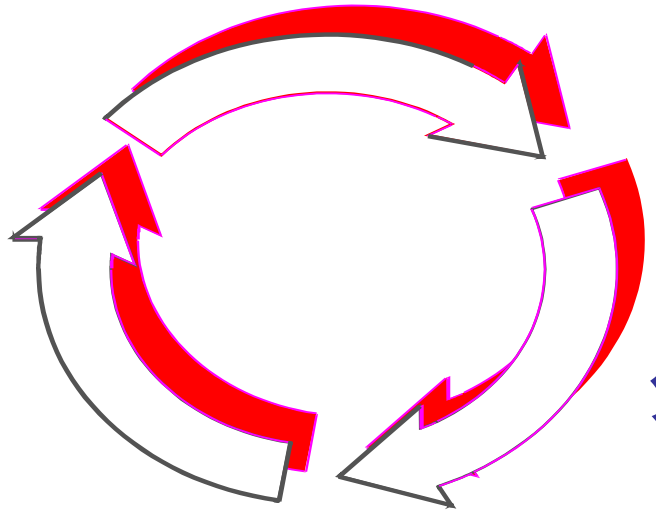
分类筛选客户

陌生转化缘故

确定客户满意度

需求导向销售

获得成交机会



客户零压力购买

业务员零压力销售

谢 谢

2017年个险准客户开拓主题培训课程

步步为营 六步成交

深度研修

研修课题	如何快速成交客户
研修目的	让学员寻找更有效的经营借口，方法和工具，达到成交的目的
研修流程	学员独立思考、小组研讨、发布
研修方法	以小组为单位

- 时间安排：15分钟
- 要点：
  - ✓每位学员思考，编写准客户开拓的话术及工具；
  - ✓研讨客户分类与客养平台的关系；
  - ✓研讨客养平台的搭建；
  - ✓研讨并设计客户成交的经营流程。

- 时间安排：15分钟
- 要点：
  - ✓小组成员按照顺序依次分享；
  - ✓整理出最精准有效的方案（尤其是步骤、方法和亮点）并制作成海报。

- 时间安排：20分钟
- 要点：
  - ✓每个小组选派1名代表上台发布小组成果；
  - ✓每小组发布时间为5分

步步为营　六步成交