



HUABAO  
EDUCATION  
华保教育

# 中国人身保险行业 2023年培训项目册



金融教育培训  
领域深耕者



王老师  
136 0371 4332

## 目录

<b>第一部分 保险业行业热点课程 .....</b>	<b>2</b>
新发展格局下寿险行业发展环境与趋势 .....	2
保险监管发展与改革 .....	2
寿险公司合规经营与风险管控 .....	2
国家产业升级迭代，寿险迎来增优良机 .....	2
<b>第二部分 营销技巧 .....</b>	<b>9</b>
破茧成蝶——保险营销新攻略 .....	9
养老与教育的金融机遇与大客户营销 .....	19
保险微信营销——让你的微信变成印钞机 .....	24
专业销售之百万精英 .....	31
三步储客 213 .....	35
年金产品实战销售训练营 .....	40
以不变应万变之终身寿险的销售机遇 .....	46
<b>第三部分 财富管理 .....</b>	<b>49</b>
财富法务与保险营销 .....	49
高产会特训营辅导项目 .....	54
财富管理之法律视野 .....	62
财富管理之税收筹划 .....	66
财富管理之资产配置 .....	69
<b>第四部分 产说增员 .....</b>	<b>72</b>
组织发展之大数据引爆增员季 .....	72
四步搭建高效增员系统——增员训练营 .....	77
增员留存双系统引爆团队裂变——增员训练营 .....	83
<b>第五部分 银保渠道 .....</b>	<b>89</b>
银行保险转型下的期缴营销模式创新 .....	89
银行保险——网点经营与关系维护 .....	97
银行客户营销策略与关系维护技巧 .....	104
<b>第六部分 党建类 .....</b>	<b>111</b>
《学习百年党史 牢记初心使命》 .....	111
《习近平关于全面从严治党重要论述》 .....	111
《新时代基层党支部工作实务》 .....	112
《国有企业党建与全面提高党建科学化水平》 .....	112
《新党章学习解读》 .....	113
《深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想》 .....	113

<<联系我们了解更多定制开发课程>>

## 第一部分 保险业行业热点课程

### 新发展格局下寿险行业发展环境与趋势

课程简介：对中国宏观经济进行长期跟踪研究，结合当前背景下的整体宏观经济形势，研讨寿险市场的基本特点；各保险公司分险种的业务比较；各公司渠道布局；行业业务创新发展的亮点，为公司提供有参考价值的及发展趋势分析、短期政策对策及长期改革治理建议，推动公司的长期稳定增长和可持续发展。

### 保险监管发展与改革

课程简介：回顾中国保险监管的发展历史，进而分析中国保险监管的目标、原则和理念，最后重点阐述中国保险监管的体制，包括监管的思路、内容、手段、法律法规体系等。

### 寿险公司合规经营与风险管控

课程简介：

第一部分：课程开始首先以互动的方式收集大家最常见、最苦恼的合规问题是什么？

第二部分：详细阐述当前保险业的监管形势，分析银保监合并下行业监管的新要求，在此基础上分析大家提出的合规问题产生的根源是什么？

第三部分：讲解寿险经营中常见的法律实务问题，并指出每一类风险点的具体表现、相关案例、制度依据、防范方法。

### 国家产业升级迭代，寿险迎来增优良机

**课程背景：**

国家十四五规划定好基调，重在产业升级和创新改革，各行各业重新洗牌，5G、人工智能、区块链、大数据、物联网等技术对现有劳动力市场冲击巨大，每

个人都面临着被时代发展替代的风险，这种恐惧为我们提供了非常好的增优机会。只要找到个体痛点，充分展示寿险行业的优势与制度，便可以按照组织架构人才需求精准增员，壮大团队。

### 课程目标：

- 通过宏观经济分析启动增员意愿，不努力被时代淘汰，努力借力新时代；
- 找到组织发展的晋升通道，让团队发展有法可依，有效配置资源；
- 三个工具建立增员系统，不但能增，还能复制，实现留存。

**课程时间：**2天，6小时/天（需上晚自习落地白天内容）

**课程对象：**保险销售员

**课程方式：**讲授、案例解读及训练实操

## 课程大纲

### 第一讲：十四五规划后不可错过的增优人口红利

#### 一、我国目前的就业与创业市场分析

1. 疫情加速了第四次产业革命
2. 国家注重未来科技应用与创新发展的
3. 低质量企业与非创新实体面临淘汰
4. 人工智能对劳动力的冲击替代
5. 保就业仍然是一个求稳的核心命题

**解读 1：**十四五规划

**解读 2：**《未来简史》

#### 二、寿险行业的职业发展机会

1. 产业变革释放了巨大的人口红利
2. 寿险是人际交互不会被替代
3. 正确认知寿险经营的优势与价值
4. 一个人就是一家的公司的经营思路
5. 坚定信念做优组织，找最优路径

### 三、70、80、90 的择业与创业

1. 当今时代的就业选择
2. 当今时代的创业选择
3. 职业规划选择的三点建议
4. 寿险业满足新时代创业与就业选择
5. 谋定后动的增才策略

**解读：**2021 年职业发展报告

**版块授课目的说明：**本讲内容通过“两会”十四五规划战略结合人工智能对劳动力的替代，告诉团队未来可以增的人不但多，而且优寿险业按照规律做事的人不会被替代而且可以获得轻资产创业的机会，从内而外充分启动做组织发展的意愿。

## 第二讲：从《基本法》了解寿险企业家的战略布局（玩转架构）

### 一、为自己建立寿险企业家的职业梦想

1. 寿险企业家的定位
2. 了解寿险企业经营与传统企业经营的差异
3. 寿险企业家的经营模式
  - 1) 打造核心团队
  - 2) 专业团队培养
  - 3) 连锁企业打造
4. 寿险企业家的价值与收获
5. 成为寿险企业家的标准

### 二、《基本法》解读

1. 《基本法》与方案的关系
  - 1) 基本法是跑道
  - 2) 方案是补给
  - 3) 目标是跑道的终点
  - 4) 从业者是运动员
  - 5) 树立依法不依人的从业价值观

## 2. 《基本法》的核心

- 1) 利益与考核的因果关系
- 2) 聚焦晋升，兼顾维持与育成的思考逻辑
- 3) 晋升、维持、育成的有效整合
- 4) 建立组织架构发展的最优模型

### 三、寿险企业家的战略布局

1. 超优才、优才及普才在架构中的布局
2. 玩转架构填空游戏的方法与技巧
3. 做有格局的寿险企业家

**工具：**寿险企业家的组织架构全貌图

**实操训练：**自我盘点组织架构寻找切入点

**版块授课目的说明：**按照《基本法》晋升主线，自上而下规划，打通晋升通道，把复杂的问题简单化，让学员清晰的看到终点，从而才能更好的规划资源，信心满满的跑到终点，不迷失，不偏离。

## 第三讲：寿险企业家的增员规划实操

### 一、双盘资源建立人脉资源库

#### 1. 正确认知我们要的资源

- 1) 客户资源的数量服务 FYC
- 2) 核心人才的数量服务架构
- 3) 以终为始思考晋升需求
- 4) 落地客户三问与增员三问

#### 2. 缘故与陌生市场开拓思路

- 1) 缘故开拓的思考逻辑
- 2) 陌生开拓的思考逻辑
- 3) 缘故走量，陌生求质

#### 3. 增绩双驱动之双盘分析法

- 1) 资源建库的思路
- 2) 双盘资源的要点

3) 双盘资源的案例示范

4) 实操落地

**工具：**双盘资源表

## 二、优质增募渠道之痛点分析训练

### 1. 引发痛点的有效发问

1) 问比说更高效的思考

2) 有效发问的五个方向

3) 痛则思变的增员面谈

### 2. 痛点与增员点的面谈话术逻辑

1) 引发痛点

2) 放大痛点

3) 合理建议

### 3. 优质渠道的增员面谈训练

1) 小企业主

2) 高管

3) 白领

4) 事业单位

5) 销售（房产、会籍顾问、4S店等）

6) 超市/售货员

7) 优质家庭主妇

**注：**每次课选择三个案例进行训练，定课之前会根据当地的市场环境与队伍接受能力做评估。

## 三、创新增员的渠道探索

### 1. 互联网社区钓鱼技术

1) 社区钓鱼的六个思考步骤

2) 社区钓鱼的注意事项和操作原则

3) 社群钓鱼的案例分享与展示

### 2. 线下趣味游戏带来新的可能

1) 各年龄群认识新朋友的偏好

## 2) 线下俱乐部与桌游

**案例：**剧本杀/狼人杀

**版块授课目的说明：**架构图明确了晋升缺口，双盘资源引导学员梳理个人资源，按照晋升 FYC 与人力要求增绩双驱动，找到合适的人填写到架构图里，按照不同位置的人员要求，分析痛点与增员点实施增员动作策划，精准增员。同时，给出特定人群增募渠道，配套增募话术。

## 第四讲：建立访量追踪与养护系统

### 一、建立资源管理系统

1. 持续自我访量管理的必要
2. 质量 > 数量
3. 深耕 > 开采
4. 90%成交合作的方法
5. 为自己的成长建立 CRM

### 二、为自己的资源建档

1. 增员的核心是增资源
2. 建立长期、中期、短期资源库

**案例：**养羊的哲学

3. 建档操作拉动持续访量

**工具：**人脉卡

4. 成功案例分享

**版块授课目的说明：**访量拉动利用人脉卡建立资源养护系统，培养团队一日三访，为育成留存打好基础，做好工作模式与习惯的有效复制，代代相传。

## 第五讲：新人育成留存之《基本法》规划面谈七步法

### 一、组织发展的育人留存系统

#### 1. 如何将人留下

- 1) 赚钱
- 2) 晋升

### 3) 成长

2. 搭建团队的育才系统
3. 做复制. 裂变. 传承

## 二、《基本法》规划面谈七步法（训练）

1. 激发晋升意愿之面谈启动
2. 讲解组织架构图全貌图
3. 引导双盘
4. 协助匹配架构图
5. 精准辅导找痛点
6. 实施访量追踪
7. 建档

## 三、追过程就是追结果（训练）

1. 过程追踪的重点
2. 访量追踪的方法
3. 高效的辅导胜过陪访
4. 增绩双驱动实现大发展

**版块授课目的说明：**为团队安装带兵养兵思路，将前四讲的方法复制给新人，树立正确的从业价值观，让新人进入团队就能明确发展路径，学习资源管理的工具（架构、双盘资源、人脉卡），进入良性发展的轨道，减少脱落，最终达成做大做强组织的目的。

## 第二部分 营销技巧

### 破茧成蝶——保险营销新攻略

#### 课程背景：

- 保险热销旺季再起，作为保险行业代理人——
- 如何高效识别客户投资心态、快速拉近与客户的距离？
- 如何掌握判别客户财务信息、分析挖掘客户潜在需求？
- 如何能与客户实现高效沟通、提高倾听发问回应作用？
- 如何把客户需求转化为营销、协助客户有效配置资产？
- 如何运用发挥自身保险工具、转化实现客户财富目标？
- 如何灵活运用营销话术方法、巧妙应对化解客户异议？
- 如何用产说会实施集体营销、社群操作快速锁定客群？
- 如何在日常中开展自我修炼、自我提升转型金融达人？

**课程时间：**2-5天，6小时/天

**课程对象：**保险代理人

#### 课程形式及特色：

1. 室内授课+理论精讲+实战演练
2. 互动式教学+体验式教学
3. 团队学习+案例教学
4. 模拟演练教学
5. 促动技术教学

### 课程目标:

- 让保险代理人深层次了解岗位定位、行业定位、自身定位，改变传统推销观念，提升金融从业人员服务意识，迎合客户需求
- 让客户经理认识不同的客户投资心理，掌握这些投资心态在金融服务中的应用，提升与客户的沟通服务能力
- 令保险代理人更容易切入客户现实目标，与客户形成良好的沟通互动效果，撬动客户潜在需要，并实现金融产品高效推广营销的现实需要
- 并有针对性地把产品融入客户的需求，达到客户采购有目的，产品营销有效果，工具运用合理到位
- 以产品功能定位与资产配置相结合，赋予产品具有更强生命力、吸引力，合理引导客户展开有针对性的采购
- 运用产品的人群差异化运用，使产品具有多个营销方向切入点
- 通过常规理财目标、特殊理财目标等切入点，令学员能多角度、全方位考量客户需求，并找准方案设计依据
- 令学员能通过下定义式引导、人生核心需求激发，核心规划指引理财经理为客户作资产配置时，充分掌握客户财富特征，指引学员掌握财务分析的基本操作，灵活运用财务数据助推后续资产配置策略
- 以社群作为绩效提升的切入点，引导学员认识社群含义、理解社群功能，并对社群具体运作展开探讨交流，并梳理八大核心客户群体特征、整理人群需求、采用社群高效营销
- 让保险代理人在专业技能方面、自我金融素养方面等多角度提升，实现参训人员向专业金融理财顾问转型

### 课程收益:

- 能掌握“四种常见投资理财心态”，判别这些心态在选择投资理财工具时的呈现方式，并使用合适的方式与客户沟通、提供精准服务，争取客户信任
- 学员能清晰掌握金融理财的“财富健康三标准”、“八大规划”，并以此作为与客户营销交流沟通的切入点，并以此基础为客户设计金融理财搭配，实现高效营销

- 学员能运用“四大核心金融理财需求”、“下定义式销售”等两大模式，深挖客户需求，激发客户采购欲望
- 掌握风险管理中的六大风控手段、八种必备保单、选择保险产品的四个原则、保险方案制定的四个流程
- 学员能灵活运用本公司的保险产品，合理为客户配置资产，实现客户未来目标，提升服务质量，增强客户黏性，实现多次营销的目的
- 通过运用常规软件工具，高效协助客户统计财务信息、分析财务特征、编制保险方案建议，结合保险建议书工具组合营销
- 灵活运用沟通的三大环节，让客户经理与客户沟通时提升沟通效能，并设计多个话术方式，直接提升营销话语效能
- 灵活运用理财营销中的15个发问话术方式及7个延伸发问话术方式高效掌握客户信息，并能认清理财沟通的12个障碍
- 面对常见的客户异议，让学员掌握通过“三招制胜法”灵活运用话术，高效化解客户担忧、异议，实现成交
- 通过课程演练，让理财经理模拟体验与客户沟通的场景，发现不足，完善自我
- 熟悉社群的意义、效用，并能依据社群运作的五个步骤从无到有构建社群，并借助社群展开六大营销战术；熟悉现有高效产说会模式，组团聚拢客户
- 学员在日常中开展四大方向的自我修炼，提升自我素养、业务技能，从普通金融从业人员向专业金融理财顾问华丽转身

## 课程大纲

### 第一讲：开篇/课程导入/形成团队

1. 达成共识，课程概述
2. 破冰——全员参与，形成团队，落实课程规则
3. 体验——我要找到你

### 第二讲：保险理财服务定位

#### 一、保险理财意义

## 二、保险理财业务工作定位

## 三、保险顾问的角色定位

**思考：**角色认知——我工作的角色是什么？

## 四、保险代理人三大“角色”的扮演差异

1. 角色一：产品托——做嫁衣、伤自己
2. 角色二：推销员——任务重、压力大、成交低
3. 角色三：财富顾问——提地位、固客户、稳增长

## 五、金融营销压力形成与解决方向

## 六、增加客户“黏性”出发点探究

## 七、SOW 与 KYC 作用与意义

## 八、保险营销服务六大流程

1. 建立客户关系
2. 收集客户信息
3. 财务分析评价
4. 理财方案制作
5. 方案递交实施
6. 维护修订规划

## 第三讲：保险理财营销中的投资心理识别

### 一、客户投资性格心理学

1. 客户投资性格心理区分
2. 客户投资性格觉察识别
3. 四种理财性格快速识别
4. 投资心理学好奇心激发

**测评：**自我投资性格心理

**视频：**四种性格特征察觉

**讨论：**人物性格心理分辨 PK

### 二、投资心理学团队演练

1. 演练规则说明

2. 团队协作演练
3. 演练点评
4. 演练分析

**演练：**团队协作分辨客户心态

### 三、投资性格心理学应用

1. 自我投资性格心理应用
2. 性格心理对客户开发与服务的影响
3. 客户投资性格心理应用
4. 投资性格理财需求差异
5. 投资性格营销应用范畴
6. 营销中同理心表达应用

**演练：**“同桌的你”性格分辨 PK

**讨论：**如何针对不同性格客户开展营销

**模拟演练安排宣导**

## 第四讲：理财客户挖掘

### 一、客户信息收集

1. 非财务信息收集
2. 财务信息收集
3. 爱好与目标确定

**工具分享：**客户信息收集表工具与使用

### 二、财富健康三大标准

1. 现金流管理
2. 风险管理
  - 1) 人生核心的八张保单
  - 2) 保额核算
3. 投资管理

### 三、家庭财务评价

1. 资产负债统计

2. 收入支出统计

3. 六大财务指标测评

**讨论：**案例数据分析评价

#### **四、风险承受与风险偏好评价**

1. 风险承受能力与风险偏好的判别

**视频分享：**风险认知

**分享：**《个人金融理财工具选择建议表》

#### **五、金融理财规划目标与生命周期理论**

1. 生命周期区分

2. 各周期理财重点

3. 基于生命周期的保险产品搭配

### **第五讲：个人风险管理与保险规划建议制作**

#### **一、风险管理六大手段**

1. 控制

2. 规避

3. 自留

4. 转移

5. 转换

6. 对冲

#### **二、保险规划流程**

1. 保障范畴确认

#### **2. 人生必备的八张保单**

1) 人寿险

2) 意外险

3) 医疗险

4) 重疾险

5) 养老险

6) 子女教育、意外

- 7) 财产险
- 8) 社会保险
- 3. 保障额度确认

### 三、保险规划方案制定

- 1. 目标确认
- 2. 工具选择
- 3. 方案实施
- 4. 定期调整

**案例演练：** 保险规划案例演练

### 四、大额保单的价值与意义

- 1. 人生财富两种形式
- 2. 大额保单保障无形资产
- 3. 人生的弱点
- 4. 人生的责任

**案例分享：** 大额保单应对人性弱点与人生责任

## 第六讲：保险需求激发与核心理财目标实现

### 一、需求激发营销模式

- 1. 下定义式需求激发
  - 1) 理财三板块下定义
  - 2) 自身产品优势挖掘
  - 3) 工具搭配客户需求
- 2. 人生核心需求激发

**演练：** 下定义式营销

### 二、核心理财目标实现

- 1. 稳妥安全现金规划
- 2. 风险管理无忧人生
- 3. 望子成龙教育策略
- 4. 安享晚年退休计划

**视频：**关注养老

**工具：**养老及教育金快速配置策略软件工具

### 三、结合自身产品搭配客户需求

1. 家庭客户资产配置
2. 金融产品配置方案
3. 产品搭配方案编制
4. 投资方案效果预期
5. 结合养老与子女教育无压力营销

**案例操作：**理财产品实现客户需求

**案例分享：**产品搭配

## 第七讲：金融营销发问沟通话术与异议处理

### 一、理财式发问话术

1. 理财营销 15 个发问话术
2. 延伸性 7 个营销发问话术
3. 理财沟通中的常见 12 个障碍

### 二、金融营销的四种引导法

1. 注意力转移
2. 围魏救赵法
3. 现身说法法
4. 加砝码与撤梯子法

### 三、客户异议、投诉处理话术及应用

1. 客户异议投诉根由
2. 同理心表达模式
3. 异议处理三模式
4. 常见异议处理话术
5. 常见投诉处理话术

**讨论：**异议处理演练 PK

**工具：**“承转合”高效致胜话术

案例：客户异议处理案例

## 第八讲：产说会效能提升之借力社群营销

### 一、产说会之痛

1. 从产说会效能说起
2. 产说会变革之路
3. 社群产说会兴起

分享交流：新型产说会模式

分享交流：我的产说会心得

### 二、社群构成与价值

1. 什么是社群
2. 社群构成的要素
3. 社群 VS 社区
4. 粉丝经济到社群运营

### 三、社群依托的平台

1. 社群要的是什么
2. 社群=微信群、QQ 群？

### 四、从无到有建社群

1. 建群五步骤
2. 找同好
3. 产输出
4. 巧运营
5. 能复制

讨论策划：社群活动设计

## 第九讲：保险产品营销综合模拟演练

1. 模拟演练流程
2. 演练要求讲解
3. 模拟分组演练 PK

#### 4. 模拟演练点评

## 养老与教育的金融机遇与大客户营销

### 课程背景：

作为保险代理人——如何掌握教育养老需求信息、分析挖掘客户潜在需求？如何把客户需求转化为营销、协助客户有效配置资产？如何结合新理财型保险工具、转化实现客户财富目标？

**课程时间：**1天，6小时/天

**课程对象：**保险代理人

### 课程形式及特色：

1. 室内授课+理论精讲+实战演练
2. 互动式教学+体验式教学

### 课程目标：

- 令保险代理人更容易切入客户现实目标，与客户形成良好的沟通互动效果，撬动客户潜在需要，并实现金融产品高效推广营销的现实需要
- 并有针对性地把新型保险理财产品融入中高端客户的需求，达到客户采购有目的，产品营销有效果，工具运用合理到位
- 以产品功能定位与资产配置相结合，赋予产品具有更强生命力、吸引力，合理引导客户展开有针对性的采购

### 课程收益：

- 本课程面向客户经理介绍当前中国的养老现状，认清养老对未来发展带来的机遇，针对银行企业客户的养老企业年金需求，介绍国外、港澳台的企业年金经验与运作，以及国内企业年金的现状与政策特征
- 本课程特点是讲解与演练配合、案例与讨论结合，多方位提高客户经理动手能力

- 学员能运“三大核心金融理财需求”模式，结合常规软件工具，高效协助客户快速编制保险配置金融方案，激发客户采购欲望，结合保险建议书工具组合营销
- 掌握风险管理中的六大风控手段、八种必备保单、两种主要保额测算方式，同时学员能灵活运用本机构新型保险理财产品，结合中高端客户的核心需求产生大额保单需求

## 课程大纲

### 第一讲：子女教育规划安排与保险

#### 一、教育规划必要性分析

#### 二、教育规划分类

1. 子女教育规划
2. 自身进修规划

#### 三、教育金规划原则

#### 四、教育金规划制定

#### 五、教育规划需求分析

1. 教育费用衡量
2. 留学费用测算

#### 六、教育资金来源渠道

#### 七、教育资金规划的保险运用

#### 八、结合教育规划保险营销案例分享

### 第二讲：养老规划与保险营销

#### 一、养老规划迫切性分析

1. 养老方式转变
2. 老龄化社会发展
3. 退休政策改变

#### 二、养老金规划原则

1. 本金安全

2. 追上通胀
3. 持续性要求
4. 结合传承
5. 关注女性

### 三、养老金“三脚凳”

1. 社会保险
2. 企业年金
3. 商业保险

### 四、养老规划方案制定

1. 退休目标确定
2. 资金需求测算
3. 退休收入衡量
4. 退休缺口评估
5. 退休方案制定

### 五、养老规划工具与保险应用

### 六、结合养老的保险营销案例分享

## 第三讲：财富传承的核心意义

### 一、财富传承核心价值

### 二、传承的是什么东西

1. 家业传承
2. 财富传承
3. 精神传承

### 三、资产保存与避税避债

### 四、遗产税的预期

案例：邵逸夫先生案例

解读：海外遗产税的征收案例

### 五、财富掠夺的十大风险

1. 财富下落不明

2. 婚姻分割财富
3. 债务连带噩梦
4. 资产贬值风险
5. 公私不分危机
6. 法律变化影响
7. 家人内耗悲剧
8. 传承落空后果
9. 遗产税威胁
10. 败家子危机

## 第四讲：高端人士的保险营销

### 一、保险规划流程

#### 1. 人生必备的八张保单

- 1) 人寿险
- 2) 意外险
- 3) 医疗险
- 4) 重疾险
- 5) 养老险
- 6) 子女教育、意外
- 7) 财产险
- 8) 社会保险

#### 2. 保障额度确认

- 1) 双十法则
- 2) 依存者法

### 二、大额保单对中高端客户的价值与意义

1. 人生财富两种形式
2. 大额保单保障无形资产
3. 人生弱点与人生责任

**案例分享：**大额保单应对人性弱点与人生责任

**工具分享：**利用常用软件工具设计保险配置方案

**案例操作：**结合新理财型保险产品实现中高端客户需求

## 保险微信营销——让你的微信变成印钞机

### 课程背景：

互联网时代，保险营销也迎来了新的挑战和机遇：

- ◇ 有的伙伴还在线下战场坐困愁城，有的伙伴已经在线上战场风生水起；
- ◇ 有的伙伴还在为持续拓客而焦虑，有的伙伴已经实现一天引流过百；
- ◇ 有的伙伴还在为一天三访而发愁，有的伙伴已经轻松实现一天十访；
- ◇ 有的伙伴还在坚持一定要面见客户，有的伙伴已经做到空中成交；
- ◇ 有的伙伴还在凭没有谋略的一腔孤勇，有的伙伴已经在悄悄布局被动收割。

互联网时代的保险营销，究竟应该如何做，才能顺势而为、乘势而起呢？

**【保险微信营销——让你的微信变成印钞机】**将通过 IP 打造、引流养客、私聊成交三大板块，用互联网思维让保险营销迎来新一轮的业绩增长与爆发！

混合营销的时代，你准备好了吗？

### 课程收益：

- 微信号五要素：做好五要素，助你建立良好的第一印象
- 朋友圈四布局：四大内容，让你的朋友圈有料、有爱、有趣
- 黄金文案创作：一套结构，让你无限量生产吸睛文案
- 客户画像：三大维度，让你精准定位客户鱼塘
- 精准引流：七大渠道，让海量客户滚滚而来
- 卓越服务：服务三层次，让客户感动尖叫
- 被动成交：提问式销售五步曲，让成交百发百中
- 主动成交：系统化销售两阶段，让成交立竿见影
- 线下成交：漏斗式销售两阶段，让成交水到渠成

**课程时间：**3天，每天6小时

**课程对象：**营销总监、营销经理、营销主任、绩优营销员

**课程方式：**讲师讲授+案例分析+小组讨论+情景互动+实操演练

**课程模型：**



## 课程大纲

### 第一天：IP 打造

**第一讲：微信号五要素——做好五要素，助你建立良好的第一印象**

#### 一、微信号：定位四问题

1. 职业职位
2. 口碑评价
3. 个性特征
4. 兴趣爱好

#### 二、微信号：打造五要素

1. 头像显专业
2. 昵称明身份
3. 签名传价值
4. 背景塑品牌
5. 位置做广告

**第二讲：朋友圈四布局——四大内容，让你的朋友圈有料、有爱、有趣**

#### 一、朋友圈内容规划

1. 个人动态
2. 专业干货
3. 客情关系
4. 福利互动

## 二、个人动态：四大类别

1. 精彩生活
2. 团队故事
3. 成绩成就
4. 走心感悟

## 三、专业干货：四大类别

1. 险商专业
2. 法商专业
3. 财商专业
4. 税商专业

## 四、客情关系：四大类别

1. 客户好评
2. 保单见证
3. 客户馈赠
4. 客户服务

## 五、福利互动：四大类别

1. 个人话题
2. 趣味话题
3. 专业话题
4. 求助话题

## 第三讲：黄金文案创作——一套结构，让你无限量生产吸睛文案

### 一、黄金文案标准结构

1. 标题
2. 正文
3. 结尾
4. 视图

### 二、标题四大原则

1. 相关性：五大方法
2. 具体性：五大方法
3. 新颖性：五大方法
4. 好奇心：五大方法

### 二、正文常用三种写法

#### 1. 故事式——以情感人

- 1) 背景
- 2) 挑战
- 3) 冲突
- 4) 结果
- 5) 启示

#### 2. 问答式——以理服人

- 1) 问题
- 2) 同步
- 3) 反问
- 4) 破旧
- 5) 立新

#### 3. DIY——百变无痕

- 1) 一句话文案
- 2) 混搭式
- 3) 幽默式
- 4) 真情式
- 5) 福利式

### 三、结尾四个动作指令

1. 点赞
2. 转发
3. 讨论
4. 感慨

### 四、视图

1. 图片制作工具
2. 视频制作工具

## 第二天：引流养客

### 第一讲：客户画像——三大维度，让你精准定位客户鱼塘

#### 一、年龄维度

1. 70后网民代际特征
2. 80后网民代际特征
3. 90后网民代际特征
4. 00后网民代际特征

#### 二、人生阶段

1. 婚恋期网民需求特征
2. 孕哺期网民需求特征
3. 抚育期网民需求特征

#### 三、关联需求

八大需求：衣、食、住、行、商务、娱乐、亲子、健康

#### 四、选鱼塘四大标准

1. 熟悉
2. 兴趣
3. 资源
4. 品质

### 第二讲：精准引流——七大渠道，让海量客户滚滚而来

#### 一、缘故引流

1. 梳理名单：血缘、亲缘、业缘、趣缘、地缘
2. 分级经营：A级、B级、C级

#### 二、混群引流

##### 1. 混群引流的三大方法

- 1) 被动加人
- 2) 主动加人
- 3) 批量被加

##### 2. 被动加人五步曲

- 1) 观察社群
- 2) 搞定群主运营
- 3) 制造脸熟
- 4) 自我介绍
- 5) 私发送礼

##### 3. 主动加人五步曲

- 1) 观察社群
- 2) 搞定群主运营
- 3) 制造脸熟
- 4) 主动加人
- 5) 私发送礼

##### 4. 【批量被加】课程分享

- 1) 确定主题
- 2) 主动申请
- 3) 专题分享
- 4) 价值链接

### 三、互推引流

#### 1. 确定目标

- 1) 气质相近
- 2) 人数相近
- 3) 并非竞品
- 4) 朋友关系

#### 2. 主动出击

- 1) 阐述理由
- 2) 互惠互利

#### 3. 隆重互推

- 1) 文案设计
- 2) 海报制作
- 3) 约定时间

### 四、短视频引流

#### 1. 素材来源【客户十最】

#### 2. 视频设计经典框架

- 1) 问题导入引起兴趣
- 2) 要点细分逐一解释
- 3) 正反对比理感并用
- 4) 留下悬念引导关注

#### 3. 私信沟通

### 五、多平台引流

#### 1. 多平台类别

- 1) 搜索类平台
- 2) 信息类平台
- 3) 视频类平台
- 4) 音频类平台
- 5) 导购类平台
- 6) 本地类平台

#### 2. 素材来源【客户十最】

3. 内容设计
4. 多平台分发

### 六、线下引流

1. 选择圈子：圈子九宫格
2. 巧妙搭讪：四个一

### 3. 互加微信：自我介绍

## 七、影响力中心

1. 识别影响力中心
2. 服务影响力中心
3. 引导转介绍

## 第三讲：卓越服务——服务三层次，让客户感动尖叫

### 一、建画像

#### 1. 建画像五要素

- 1) 备注
- 2) 标签
- 3) 电话
- 4) 描述
- 5) 图片

#### 2. 建画像四大价值

- 1) 精准推送
- 2) 精准搭讪
- 3) 精准服务
- 4) 精准营销

### 二、日常服务四件套

#### 1. 点赞

#### 2. 评论

#### 3. 转发

#### 4. 私聊

- 1) 私聊禁忌
- 2) 私聊客户心理
- 3) 私聊四大要点

### 三、【感动服务】三大路径

1. 十大资源
2. 八大技能
3. 八个瞬间

### 四、【感动服务】五大理念

#### 1. 利他思维

#### 2. 制造惊喜

#### 3. 先行付出

#### 4. 持续付出

#### 5. 多做一点

## 第三天：私聊成交

### 第一讲：被动成交——提问式销售五步曲，让成交百发百中

#### 一、客户主动咨询的三种情形

#### 二、客户主动咨询时最错误的反应

### 三、提问式销售

#### 1. 寒暄赞美三要点

- 1) 细节感
- 2) 场景感
- 3) 瞬时感

#### 2. 挖掘痛点四步曲

- 1) 动机类问题
- 2) 现状类问题
- 3) 目标类问题
- 4) 行为类问题

#### 3. 塑造价值四步曲

- 1) 对比同类
- 2) 对比同业
- 3) 权威转嫁
- 4) 客户故事

#### 4. 异议处理四步曲

- 1) 同步
- 2) 反问
- 3) 破旧
- 4) 立新

#### 5. 顺势促成四技法

- 1) 二择一法
- 2) 巧妙算账法
- 3) 预演未来法
- 4) 关联推荐法

## 第二讲：主动成交——系统化销售两阶段，让成交立竿见影

### 一、目标客户五大特征

### 二、主动营销两阶段

#### 1. 开口试探

##### 1) 开口试探五步曲

- a 暖气氛
- b 小切口
- c 大影响
- d 消顾虑
- e 锁时间

##### 2) 开口试探六要点

- a 时间选择，尊重客户
- b 清晰称谓，绝不群发
- c 惜字如金，目的明确

- d 一句话广告，精准提炼
  - e 锁定时间，营造场域
  - f 绝不恋战，见好就收
2. 提问式销售（请参阅“被动成交”相关内容）

### 第三讲：线下成交——漏斗式销售两阶段，让成交水到渠成

#### 一、目标客户四大特征

#### 二、线下营销两阶段

##### 1. 开口试探

- 1) 开口试探五步曲
- 2) 开口试探五要点
  - a 只讲理念，不讲产品
  - b 只激欲望，不讲细节
  - c 张弛有度，进退有序
  - d 异议处理，三次为限
  - e 锁定时间，以备畅聊

2. 提问式销售（请参阅“被动成交”相关内容）

## 专业销售之百万精英

### 课程背景：

当我们和客户沟通保险时，心中充满了怀疑，开不了口…当我们谈起了客户风险管理时候，专业知识的缺乏让我们谈论戛然而止。

当我们艳羡业务高手签下大额保单时候，听到他们分享中高端客户的默契沟通和持续服务的林林总总，对保险保障服务能力的渴求写在我们的脸上。

在这个金融市场快速发展,专业为王呼唤资产配置的大时代，必须要培养金融精英，使其掌握服务于客户的保险保障，懂得如何挖掘需求，把握如何解决异议，进而增加保险销售业绩，持续为客户全面的资产配置服务，进而实现金融服务的小格局到大视野的转变。

## 课程目标:

- 思维转型：帮助学员正确认知财富传承
- 知识强化：针对性进行知识讲授和提炼
- 技能夯实：强化并夯实财富管理的方法
- 发掘规律：掌握有效运用保全传承技能
- 持续服务：利用知识回馈客户增加业绩

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**寿险精英

**课程方式：**课程讲授 70%，案例分析及实操练习 30%

## 课程大纲

### 第一讲：销售就是要做百万

**环境分析：**当前财富管理市场的变化

#### 一、寿险精英生涯规划

**小组研讨：**百万精英的内外生涯

**案例分析：**黄金行业的红利

#### 二、百万精英成就之路

**小组研讨：**三种成长模式

#### 三、百万销售系统模型

**小组研讨：**小组共创达成模型

### 第二讲：打造百万销售系统

**开篇语：**梅第的寿险销售系统

#### 一、目标管理

**案例分析：**保险销售的心法

#### 二、个性营销

1. 客户产品需求的性质和层次

**案例分析：**客户为什么无法成交

**小组讨论：**完整销售的四个行为

## 2. 保险产品需求挖掘

**小组讨论：**发掘需求的具体方法

## 3. 保险产品销售呈现

**案例分析：**SPIN 让销售更精准

**案例分析：**FABE 有效产品呈现

**通关演练：**四类人群呈现通关

## 4. 客户产品异议处理

**小组探讨：**应对逆反五环之歌

**通关演练：**保险产品异议处理通关

## 三、客户管理

### 1. 识别客户价值

**小组讨论：**客户需要几张保单

**案例分析：**客户价值深耕方向

### 2. 客户关系管理

**小组讨论：**客户档案管理

**案例分析：**开门红之后的开门红

## 四、自我管理

### 1. 自律管理

**小组讨论：**2019 年的工作模式

### 2. 学习能力

**小组讨论：**2019 年的学习计划

### 3. 幸福人生

**案例分析：**你看起来有哪些成功的样子

## 第三讲：人人都讲产说会

### 一、沙龙的主题

#### 1. 富裕人士关注问题

**案例分析：**2019 年热点问题分析

**小组讨论：**“税商”与“法商”的成交转化

#### 2. 沙龙的创新模式

**案例分析：体验式的沙龙呈现**

3. 资产保全财富传承

**案例分析：“婚姻与财富”的内容灵魂**

4. 转折时期资产配置

**小组讨论：大类资产讲述的逻辑**

5. 子女教育养老无忧

**案例分析：年金保险的稳稳地幸福**

**二、沙龙的呈现**

1. 沙龙的编：演讲现场的编排

**现场展示：开场的五种策略**

**现场互动：主体内容 n 个一**

**小组研讨：沙龙高潮的时间安排**

**2. 沙龙的导：沙龙的三三三**

1) 3 秒钟，腹有诗书气自华

2) 3 分钟，开场等于成功的一半

**案例分析：开场互动参与的训练**

**案例分析：30 分钟，骨、肉、精、神**

**案例分析：逻辑结构—骨**

**案例分析：论点论证—肉**

**案例分析：语言文字—精**

**案例分析：表达呈现—神**

**3. 沙龙的演：控场精彩演绎**

1) 沙龙呈现的心法

2) 沙龙呈现的手法

3) 沙龙呈现的眼法

4) 沙龙呈现的身法

**小组演练：选择主题小组演练**

## 三步储客 213

### 课程背景：

寿险经营就是客户的经营，如何能够保证源源不断的保费，需要我们大量的做客户积累。一个业务人员到底需要积累多少个客户，才能实现在寿险业永续的发展？按照每日三访估算，一位业务人员只需要服务好 213 个家庭，就能够在寿险行业里面长久发展，保费源源不断。这一切来至于“深度加保、1+3 转介绍与大客户开拓”，在这个过程中不断优化客户质量，提高沟通与服务能力，修炼成卓越的寿险精英。

### 课程目标：

- 让学员掌握客户深度加保与转介绍的方法
- 掌握线下线上综合优客开拓的思路与方法
- 通过两个工具建立一套储客养客系统

课程时间：2 天，6 小时/天

课程方式：讲授、案例解读、固化训练及通关

课程对象：保险业务员

### 课程大纲

#### 第一讲：三步一情打开高效储客之门

##### 一、三步储客的思维导图

##### 二、正确认知自己的资源

##### 1. 像经营一家公司一样经营自己

##### 2. 盘活自己的资源-资源双盘法

##### 1) FYC 盘点

##### 2) 人力盘点

##### 3. 双盘的思路与要点



- 1) 预演未来，把控面访
- 2) 抽丝剥茧，攻心经营
- 3) 储备资源，基业长青

#### 4. 实操训练

### 三、共情式营销的核心思想

1. 了解客户的需求，解决客户的担忧
2. 建立制式化的客户拜访系统
  - 1) 储客
  - 2) 换客
  - 3) 养客
  - 4) 转介
3. 转换自己的视角，走进客户的生活

## 第二讲：高效盘活资源之加保转介

### 一、客户为什么要来买保险，要花多少钱来买保险？

1. 按照风险级分类
  - 1) 人身保障
  - 2) 重疾医疗
  - 3) 教育养老
  - 4) 资产保值与传承
2. 充分考虑家庭成员
3. 最优计划呈现
4. 给客户一个成交的理由

工具：风险托管财务配置图（训练）

### 二、客户需要什么产品，如何来加保？

1. 寿险产品体系图

注：根据风险托管财务配置图配置产品

2. 掌握寿险产品的功能
3. 产品加保的侧重点

### 三、客户现在有什么，我能给你加什么？

1. 了解客户保障情况
2. 分析客户风险状况
3. 盘保额找缺口
4. 促成签单

工具：保险账户整理明细单（训练）

### 四、1+3 转介绍的操作方法与话术

#### 1. 1+3 转介绍法的设计思路

- 1) 舒服
- 2) 情理之中
- 3) 不可拒绝

工具：保险合同

#### 2. 1+3 转介绍法的操作流程

- 1) 提示风险
  - 2) 引入案例
  - 3) 处理异议
  - 4) 确认客户
3. 1+3 转介绍法的话术及情景训练

## 第三讲：高客补血换血之线上线下一

### 一、定位高客

#### 1. 红海蓝海分析

- 1) 优势
- 2) 劣势

选择蓝海是必然

#### 2. 获得优质客户的思考逻辑

- 1) 如何定位
- 2) 如何找到
- 3) 如何接触

### 3. 线上线下同布局的必要性

## 二、线上经营：润物无声，愿者上钩

### 1. 微信社群营销及获客养客

- 1) 当今时代微营销是必然
- 2) 微营销式工具的使用
- 3) 线上客养突破的新思路

### 2. 线上直播引流操作思路及利弊分析

- 1) 直播引流的内容设定
- 2) 直播带货的思路
- 3) 寿险直播引流度的把握

## 三、线下经营：锁定目标，深耕细作

### 1. 按图索骥，明确方向

**训练：**客户画像

### 2. 获客渠道，综合开拓

- 1) 高客获客渠道分析
- 2) 当下主流渠道
- 3) 走进高客三个操作点

### 3. 策划储客，私人订制

- 1) 创造机会服务
- 2) 客户见证成长
- 3) 细节决定成败
- 4) 经营才是王道

**实操案例分享**

## 第四讲：完成 213 个家庭的高效经营

### 一、打造 213 客户经营系统

1. 优客经营的系统
2. 经营频次
3. 经营心态

4. 经营价值

5. 经营标准

工具：双盘表、人脉卡

## 二、“无漏网之鱼”式客户经营的八个公式

1. 经营触点

2. 职业触点

3. 节日触点

4. 价值触点

5. 服务触点

6. 偏好触点

## 三、大客户经营的三个核心

1. 发心：守住职业人的操守

2. 共情：把握寿险销售的本质

3. 利他：以帮助客户解决问题为核心

## 年金产品实战销售训练营

### 课程背景：

从 2016 年原保监会推出了 76 号文件确定寿险行业的整体转型，回归保险姓“保”，在这样的政策背景下各保险公司积极做产品的切换调整，销售队伍三年的适应又遭遇新冠疫情的影响，需要帮助业务团队结合国家“一揽子”疫后救市政策，梳理现今市场年金产品的布局与优势，让业务团队对公司的年金产品功能全面性系统了解，从更高的格局上去理解产品价值，从而产生销售信心，借此启动业务团队大量见客户的意愿，并按照客户需求规划强储、教育、养老及生前传承的年金险销售观念，提升团队的销售意愿及成交率，成功实现保险公司年金产品保障功能销售的转型。

### 课程目标：

- 让学员掌握保险销售的基本规律，回归功能型产品销售的思路；
- 让学员了解年金险的市场价值，建立销售信心；
- 通过训练让学员掌握一套年金险销售的方法。

**课程时间：**2 天，6 小时/天

**课程对象：**保险业务员

**课程方式：**讲授+案例解读+固化训练及通关

### 课程大纲

#### 第一讲：2021 年年金险销售市场分析

##### 一、从国家经济形势预判销售方向

##### 1. 超常规国策拯救疫后经济

- 1) 世界经济的风险预判
- 2) 全球化经济背后的疫后调整
- 3) 各国采取量化宽松政策对金融市场的影响

## 2. 中国“一揽子”政策拯救疫后经济

- 1) 控制疫情
- 2) 基建扩展
- 3) 降息放贷
- 4) 刺激消费

## 3. 保险业迎来了难得的销售红利期

- 1) 国家需要险资
- 2) 疫后市场消费心理的变化
- 3) 老百姓需要年金险保护自己的钱袋

**解读 1:** 中央政府文件与会议

**解读 2:** 经济学家“一揽子”政策指引

**解读 3:** 老百姓消费心理与市场动态

## 二、国家需要，政策支持，年金险解决民生问题

1. 我国人身保险发展不平衡
2. 教育成本过高导致新生儿出生率连年下降
3. 社养老金无法解决连年递增的养老需求
  - 1) 我国养老金的顶层设计只能保而不能包
  - 2) 养老金收支不平衡
  - 3) 我国老龄化养老金收不抵支
  - 4) 延迟退休的无奈
4. 国家需要商业保险解决教育与养老问题，稳定民生

**解读 1:** 十九大报告

**解读 2:** 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五规划的建议

**解读 3:** 《中国人口老龄化发展趋势预测研究报告》

**解读 4:** 《中国社会保险发展年度报告》

## 三、营销员销售转型，将年金险销售落实到根本保障

1. 多方竞争，保险从业人员不转型即淘汰
  - 1) 保险业迎来了最好的时代
  - 2) 其发展充满机遇与挑战

- 3) 提升和淘汰由自己选择
- 2. 把握转型期，稳步练内功**
  - 1) 转变销售习惯
  - 2) 深度掌握保险专业知识
  - 3) 由内而外改变
  - 4) 做有尊严的保险顾问
  - 5) 创造不一样的生命价值感
- 3. 把握保险销售的本质**
  - 1) 了解客户的担忧
  - 2) 掌握保险功能
  - 3) 为客户解决根本问题

## 第二讲：客户理财的目的及年金险的价值

### 一、认知客户的一生（训练）

1. 认知客户一生的风险与责任
2. 五分钟打通客户保险理念
3. 极致地带有血肉的表述训练
4. 直接切入产品

工具：升级版草帽图

### 二、理财的目的及理财三性（训练）

1. 用理财话题打开客户的认知
2. 用理财三性引出做金融工具配置的必要性
- 3. 理财三性举例说明**
  - 1) 银行
  - 2) 股票
  - 3) 房产
  - 4) 保险

### 三、摸底客户成交保费的方法（训练）

1. 分析客户家庭常用的投资理财工具

2. 分析四大类理财工具对家庭的作用
3. 按照黄金比例配置家庭资产的意义
4. 标普平衡图的运用及沟通技巧
5. 摸底客户最大成交保费的方法

**工具：**标普四大账户图

#### **四、客户配置保险的最优配比（训练）**

1. 家庭成员抗风险能力分析
2. 评估风险承受力划分风险账户
3. 根据家庭收入状况做额度配比
4. 风险托管财务配置图的运用及沟通技巧

**工具：**风险托管财务配置图

#### **五、保险的不同功能解决客户的不同问题**

1. 按照功能划分产品类型
2. 功能不同解决的问题不同
3. 年金险产品的功能设计及原理
4. 年金产品优势解读

### **第三讲：年金险销售之养老逆向销售法**

#### **一、社保养老金销售换算**

1. 我国统账结合的养老模式
2. 讲解社保退休工资换算公式
3. 养老替代率换算得出养老缺口

#### **二、社保+商保的销售逻辑**

1. 摸底客户养老需要多少钱
2. 按照客户收入换算社保未来解决多少钱
3. 年金保险精准补偿的方法
  - 1) 客户年龄
  - 2) 客户职业
  - 3) 选择年金产品类型

#### 4) 计划书反算原则

### 三、把握养老金销售的核心

#### 1. 养老金销售的重点

- 1) 帮助客户存住钱
- 2) 管住客户乱花钱
- 3) 给客户一个确定的未来

#### 2. 养老金需要解决的问题

- 1) 什么时候退休
- 2) 退休后打算领多少钱，领多久
- 3) 现在要交多少钱

### 四、模拟实战训练

**注：**按照真实客户设计养老方案，结合本公司产品落地实战，销售转化

## 第四讲：年金险之教育年金储备及销售逻辑

### 一、客户购买教育年金的心理分析

1. 花钱随意无概念无规划
2. 孩子教育不能输在起跑线
3. 对于未来有期待无认知

### 二、逆向规划法精准销售教育年金险

1. 熟悉掌握各个教育期成本便于达成客户的期待
2. 按照客户教育期待核算教育成本
3. 选择年金保险规划
  - 1) 客户年龄
  - 2) 客户职业
  - 3) 教育支出期及费用
  - 4) 平衡保费及缴费期

### 三、模拟实战训练

**注：**按照真实客户设计教育方案，结合本公司产品落地实战，销售转化

## 第五讲：客户生前传承资金的年金险规划需要

### 一、客户传承资金的困惑

1. 资金安全
2. 专属个人
3. 控制权掌握

**案例：**婚姻资产规划风险

### 二、年金型保险在传承中的作用

1. 生前传承
2. 掌握控制权
3. 抵御婚姻风险
4. 抵御不孝风险

### 三、保险在传承中实战应用的核心关键点

1. 功能大于收益
2. 沟通大于方案
3. 共情方能同频
4. 合理不超预算

### 四、传承规划模拟实战训练

**注：**按照真实客户设计生前传承方案，结合本公司产品落地实战，销售转化

## 以不变应万变之终身寿险的销售机遇

### 课程背景：

2020年疫情给我国经济，乃至世界经济带来了极大的不确定，全球经济衰退已成必然。在中国一揽子政策救市的背景下，预定利率3.5%的类年金终身寿险迎来了销售的春天。

如何在有利的政策导向与市场需求中寻找终身寿险的销售亮点与策略，是本课程培训落地执行的方向。

### 课程目标：

- 了解疫后市场终身寿险的价值定位，从内而外的启动销售意愿
- 掌握终身寿险的销售逻辑，聚焦锁定利率与复利算法，快速落地销售转化
- 深度了解终身寿险在法商运用中的价值，并掌握其配置的方法

**课程时间：**1天，6小时/天

**课程方式：**讲授、案例解读、研讨、发表与训练

**课程对象：**保险业务员

### 课程大纲

#### 第一讲：2020年终身寿险销售市场分析

##### 一、疫情影响下的国际金融市场对我国经济的影响

1. 风险投资无从把控，需谨慎避险
2. 避险型产品在全球化背景下危机丛生
3. 无限制的量化宽松给世界人民带来深远的影响

**解读 1：**巴菲特投资亏损的思考

**解读 2：**世界工厂的危机

**解读 3：**海通国际宏观研究

**解读 4：**《货币战争》

## 二、我国两会“一揽子”政策给保险业创造的机会

1. 不设 GDP、保民生与新基建给终身寿险提供了巨大的销售空间
2. 久期型终身寿险入局新基建，资金平稳是关键
3. 拉动内需，刺激销售老百姓的钱守不住，需部分强制储蓄
4. 除了锁定利率型保险产品老百姓当下没有更好的选择

**解读 1：**两会政府工作报告

**解读 2：**各大保险公司年金产品的战略调整

**解读 3：**久期型保险产品的保险公司布局的战略意义

## 第二讲：终身寿险的战略价值与产品优势

### 一、终身寿险的财富积累秘密

1. 不倒不跑
2. 锁定利率
3. 复利计息
4. 尊重货币的时间价值
5. 让后代享受只增不减的高利率

**案例 1：**罗斯才尔德家族财富积累的过程

**案例 2：**李嘉诚的财富传承思路与杠杆价值

### 二、本公司终身寿产品的优势解读

1. 产品增值的年化换算
2. 保险功能的产品转化
3. 计划书的实战销售应用
4. 终身寿险的养老价值与长期规划

**注：**需提供条款、计划书系统及过往的培训课件

### 三、本公司终身寿险产品的销售话术与异议处理

1. 产品推荐快速说明的沟通话术（研讨与发表）
2. 异议处理的沟通话术与应对技巧（研讨与发表）

## 第三讲：终身寿险的传承价值之法商思维

### 一、大客户传承的五大风险

1. 时间风险
2. 婚姻风险
3. 继承人风险
4. 税务风险
5. 债务风险

**案例 1：**缜密遗嘱下的股权继承与代持风险

**案例 2：**财富传承的困惑（艺术家、明星、富翁传承的案例解读）

### 二、人寿保险核心功能

1. 定向传承
2. 避免诉讼、公正
3. 保留控制权
4. 婚前、婚后财产隔离
5. 债务隔离
6. 遗产税规划

### 三、人寿保单风险规划

1. 家业企业隔离

**案例 1：**300 万的保险金是否用于还债

**实战演练：**父债可子不还

2. 财富传承规划

**实战演练：**王总家的财产传承

3. 保险节税规划

**实战演练：**保单遗产税规避的方法

4. 婚姻、传承、隔离、税务家庭资产综合配置

**实战演练：**赵总家的财务安排

## 第三部分 财富管理

### 财富法务与保险营销

#### 课程背景：

高效的财富传承与如何降低税负是当下中高端客户在资产分配中一个重要的考虑点，面对众多的金融工具，哪些可以作为客户财富传承的有效方式，这些工具他们又各自有什么特征？在这当中保险工具又担当了什么角色、有什么优势所在？常见的税务支出有哪些？它们如何影响我们的投资？如何降低税负？

作为保险客户经理需要对这些工具作一个系统全面的认识，然后再把他们合理地运用到客户的身上是一个重要的工作。为此作为客户经理，需要站在客户立场，为客户设计选择全面到位的财富传承方式、减少传承支出，减少税负水平，是提升业务技能必不可少的板块。

本培训课程就是从财富传承、降低税负的角度出发，全面考量传承的核心意义、传承工具的区分认识、并能使学员运用各种金融工具为客户作出最佳传承节税方案！

**课程时间：**1天，6小时/天

**课程对象：**保险客户经理、理财经理

#### 课程形式及特色：

1. 室内授课+理论精讲+实战演练
2. 互动式教学+体验式教学
3. 团队学习+案例教学
4. 模拟演练教学

### 课程目标：

- 通过课程让理财经理深层次了解财富传递的核心价值、传承的内涵，跳出孤立的金钱思维，能考虑更多传承的意义
- 通过讲解遗产税的潜在风险，引导学员理解遗产税的意义、开征后存在的风险状况等
- 通过从法律角度讲解财产分配的基本原则，使学员明确在财产分配中法定与约定财产的区别
- 通过讲解遗嘱继承、保险继承、信托继承三种常见传承工具的差异，使学员明确各种传承工具的差异特征，并能把相关特征更有效地运用至客户实际操作中
- 学员有针对性地把保险产品融入客户的需求，达到客户采购有目的，产品营销有效果，工具运用合理到位
- 以保险产品功能定位与资产配置相结合，赋予产品具有更强生命力、吸引力，合理引导客户展开有针对性的采购

### 课程收益：

- 学员能掌握“财富、家业、精神”三个主体方向的传承意义
- 学员能掌握中高端客户常见的十种财富风险特色，并能通过案例理解这些风险的危害性
- 学员能区分“法定继承”与“指定继承”两个继承方式，并掌握法定继承面对类别差异
- 学员能区分三种遗嘱继承类型，并对五种遗嘱继承形式进行区分运用，同时能结合遗嘱订立四个步骤设计出有效遗嘱
- 学员能独立开展应对“遗产税”的财富传承应对设计的方式
- 学员能灵活运用保险产品、信托产品、遗嘱工具等，合理为客户配置资产，实现客户未来目标，提升服务质量，增强客户黏性，实现多次营销的目的
- 通过模拟演练，更好地把握传承的实操价值，并能处于中高端客户立场思考家族财富传承的核心价值
- 能掌握在运用财富保存与传承方式开展高效的保险产品营销，实现大额保单营销新途径

## 课程大纲

### 第一讲：财富传承的核心意义

#### 一、财富传承核心价值

#### 二、传承的是什么东西

1. 家业传承
2. 财富传承
3. 精神传承

#### 三、资产保存与避税避债

#### 四、遗产税的预期

案例：邵逸夫先生案例

解读：海外遗产税的征收案例

### 第二讲：财富掠夺的十大风险

#### 一、财富下落不明

案例：侯耀文遗产案分析

#### 二、婚姻分割财富

1. 共同财产与个人财产
2. 共同债务与个人债务

#### 三、债务连带噩梦

案例：离异女“被负债9千万”

#### 四、资产贬值风险

#### 五、公私不分危机

1. 公私资产混合
2. 公司财务风险

#### 六、法律变化影响

#### 七、家人内耗悲剧

#### 八、传承落空后果

案例：父母的房子一定属于独生子女吗？

## 九、遗产税威胁

案例：从海外遗产税说起

## 十、败家子危机

案例：富不过三代风险

### 第三讲：财富传承基本原则

#### 一、财富划分

1. 个人财产
2. 共同财产
3. 法定财产约定财产

#### 二、财富继承方式

1. 法定继承
2. 指定继承

#### 三、法定继承基本原则

1. 第一顺序继承人
2. 第二顺序继承人

#### 四、遗嘱继承特征与风险

1. 遗嘱继承
2. 遗赠继承
3. 遗赠扶养继承
4. 遗嘱形式区分
5. 遗嘱继承风险

#### 五、信托传承特征与风险

1. 信托服务与信托产品区别
2. 信托服务意义——从“坟墓”伸出的手说起
3. 信托服务模式——家族信托
4. 银行金融服务四层次与家族信托服务差异
5. 家族信托的操作价值
6. 知名信托服务经典案例

**案例分享：**国内知名人士家族信托案例

## 六、CRS 的意义与影响

1. 何为 CRS
2. CRS 的目的何在
3. CRS 下那些信息会被交换
4. CRS 预期影响那些方面
5. CRS 应对策略

**第四讲：基于财富保存与传承的保险大单营销策略**

### 一、风险管理在个人理财中意义

### 二、保险规划流程

1. 保障范畴确认
2. 人生必备的八张保单
3. 保障额度确认
4. 保险选择原则

### 三、保险传承特点

1. 明确性
2. 避税功能
3. 避债功能

**案例：**保险传承案例分享

### 四、大额保单营销策略

1. 人生财富两种形式
2. 大额保单保障无形资产
3. 人生的弱点
4. 人生的责任
5. 用保险作风险管理工具
6. 专款专用资金安排

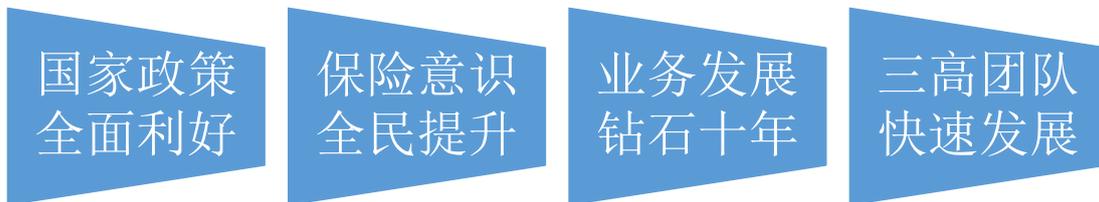
**案例分享：**大额保单应对人性弱点与人生责任

## 高产会特训营辅导项目

### 项目背景：

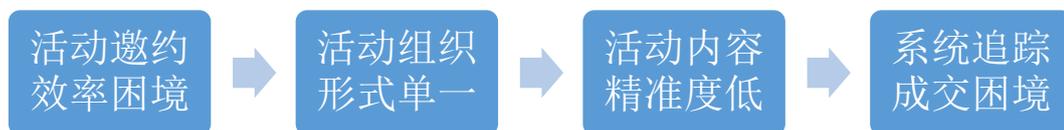
#### 保险行业业绩发展迎来“钻石时代”

中国经济结构进入新常态，全民保险意识提高，随着国家对保险行业的大力扶持，从中央领导层面多方提出提升国民的保险意识、强化保险深度密度，“二胎”政策迎来了新一轮“人口红利”，保险市场发展空间无限。保险行业迎来了急速发展的良好机遇，为此保险公司需要大量的团队活动开展业务推广、服务延伸等操作，同时也是提升保险公司影响力、在社会扩大保险意识的极佳举措。



#### 高效能推广活动蓄势待发

保险产品说明会具有团队合作、营销氛围营造、批量成交、快速提升业绩、提振团队战斗力凝聚力等效用，常常作为保险行业业务发展一个最重要的举措。保险钻石时代到来，更需要有高效能的客户推广活动：如何引导高净值人士通过保险工具做好资产配置、财富传承？如何倡导白领人士运用保险工具投资保值？如何激发工薪一族应用保障工具高效转移风险？面对不同的人群我们如何开展针对性产说会系统开发？

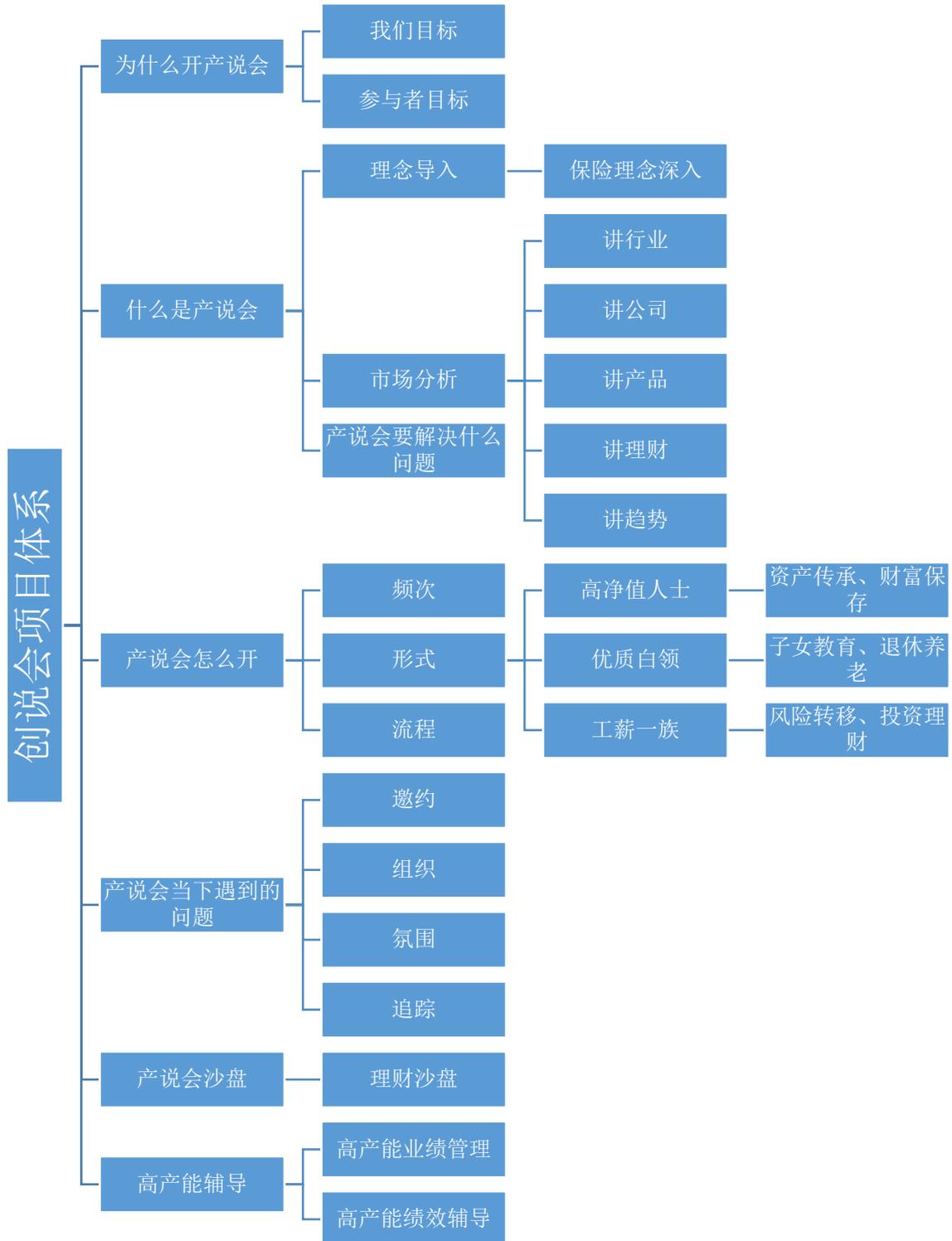


#### 做完整的一件事

业绩发展过程，是业绩、形象两手抓的过程，一场优秀、高效、精准的产说会，即能吸引我们的准客户，同时也能够更好地塑造公司形象、植入保险理念、引导产品营销。

设计思路:

“一切精彩源于精心的设计”，能否通过一场精心设计的产说会，让准客户能看到保险产品的特色、优势，能激发准客户对保险工具的购买意向，整体思路如下：



## 项目收益：

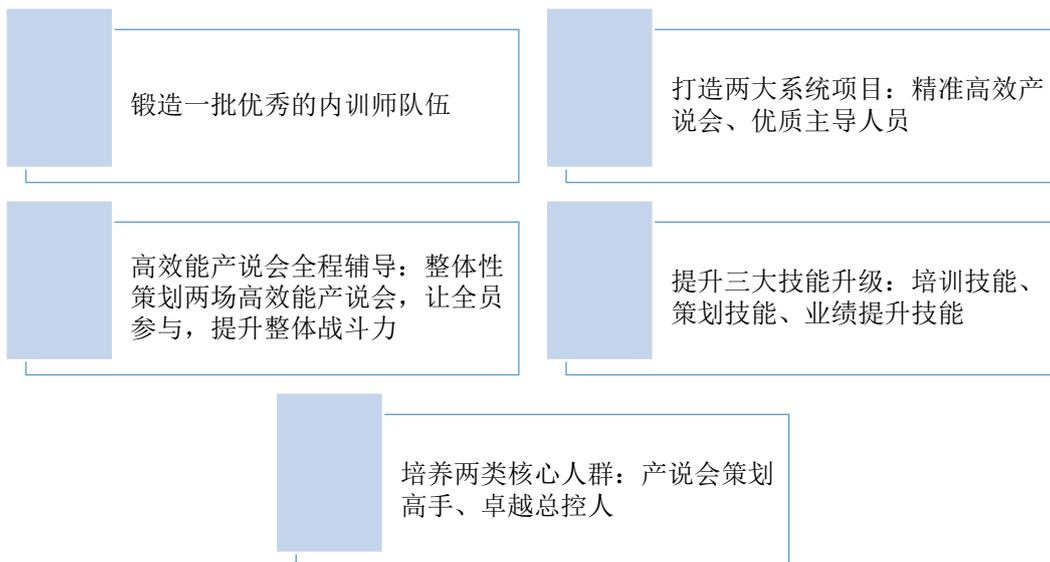
### 1. 第一阶段收益：



### 2. 第二阶段收益：



## 项目特色：



1. 实操性强：能让学员直接带着工具、带着操作手册、主讲 PPT 等一系列工具返回工作岗位，直接使用
2. 激发性学习：让学员在既有学习资料上，再通过高效的学习方式，激发学员自有思维模式，产生更多新思路，创新产说会新形式，务求满足不同人群需求
3. 实操性辅导：开展两场全程辅导，让学员能系统性掌握高端产说会的运作、流程、问题解决思路，全面铺垫高效产说会长效机制

4. 精英化路线：把优秀学员培养为高效专业团队，成为专项服务专家，能独立开展或团队开展高效产说会设计。

### 实施流程：

日期	事项	参加人员
第一天	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 产说会宣传资料制作</li> <li>2. 邀约名单筛选</li> <li>3. 填写客户信息表</li> </ol>	保险公司客户经理 银行理财经理、客户经理 项目组老师（网络指导）
第二天	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 邀约名单筛选</li> <li>2. 填写客户信息表</li> <li>3. 邀约名单汇总至项目组老师由老师确认参与人员</li> </ol>	保险公司客户经理 银行理财经理、客户经理 项目组老师（网络指导）
第三天	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 邀约名单统计</li> <li>2. 邀约名单落实确认</li> <li>3. 宣传资料设计制作完成</li> </ol>	保险公司客户经理 银行理财经理、客户经理 项目组老师（网络指导）
第四天	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 邀约名单落实确认</li> <li>2. 宣传横幅、X展架在网点摆放、氛围营造</li> <li>3. 银行短信发放</li> </ol>	保险公司客户经理 银行理财经理、客户经理 项目组老师（网络指导）
第五天 上午 9:30-12:00 上课 下午客户邀约（培训现场或网点 14:00-17:00）	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 项目启动会</li> <li>2. 第一次课程（上午半天课程，主要是产说会客户邀约操作、前期氛围营造）</li> <li>3. 下午客户邀约</li> <li>4. 微信氛围营造</li> </ol>	保险公司客户经理 银行理财经理、客户经理 项目组老师 银行领导 保险公司领导
第六天 上午 9:30-12:00 上课	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 第二次课程（上午半天课程，主要内容客户面谈沟通、异议处理、需求激发，现场促成、后续跟单）</li> </ol>	保险公司客户经理 银行理财经理、客户经理 项目组老师

<p>下午客户邀约（培训现场或网点 14:00-17:00）</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. 下午客户邀约、邀请函呈送、确认函签订</li> <li>3. 回单状况统计、邀约问题汇总、反馈、跟进</li> <li>4. 微信氛围营造</li> </ol>	
<p>第七天 上午 9:30-12:00 上课 下午客户邀约（培训现场或网点 14:00-17:00）</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 第三次课程（是现场布局、现场人员分工细化、现场氛围营造、）</li> <li>2. 下午客户邀约、邀请函呈送、确认函签订</li> <li>3. 回单状况统计、邀约问题汇总、反馈、跟进</li> <li>4. 微信氛围营造</li> </ol>	<p>保险公司客户经理 银行理财经理、客户经理 项目组老师</p>
<p>第八天 上午 9:30-12:00 上课 下午客户邀约（培训现场或网点 14:00-17:00）</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 上午课程（半天课程，主要内容是产说会内容认知、卖点与客户需求结合、营销思路设计客户邀请函呈送、确认函回单）</li> <li>2. 下午客户邀约、邀请函呈送、确认函签订</li> <li>3. 下午回单状况统计、邀约问题汇总、反馈、跟进</li> <li>4. 到场名单统计汇总</li> <li>5. 微信氛围营造</li> </ol>	<p>保险公司客户经理 银行理财经理、客户经理 项目组老师</p>
<p>第九天</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 客户邀请函呈送、确认函回单</li> <li>2. 客户邀约跟进、电话确认</li> <li>3. 到场名单统计汇总</li> <li>4. 微信氛围营造</li> </ol>	<p>保险公司客户经理 银行理财经理、客户经理 项目组老师</p>
<p>第十天</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 客户邀请函呈送、确认函回单</li> <li>2. 客户邀约跟进、电话确认</li> </ol>	<p>保险公司客户经理 银行理财经理、客户经理</p>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. 到场名单统计汇总</li> <li>4. 会场布场走场</li> <li>5. 会场誓师会</li> <li>6. 微信氛围营造</li> </ol>	<p>项目组老师</p> <p>银行领导</p> <p>保险公司领导</p>
第十一天	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 高产会两场（上午、下午各一场）</li> <li>2. 上午场：岁私营企业主（核心内容：财富传承与养老规划）</li> <li>3. 下午场：岁私营企业主（核心内容：子女教育与资产保存）</li> <li>4. 上午场未成交催单</li> <li>5. 现场效果朋友圈宣传</li> <li>6. 现场问题汇总会</li> </ol>	<p>保险公司客户经理</p> <p>银行理财经理、客户经理</p> <p>项目组老师</p> <p>银行领导</p>
第十二天	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 催单、跟踪促成、后续营销营造</li> <li>2. 未成交客户、未到场客户信息发送、跟踪</li> <li>3. 回单信息汇总、问题汇总、问题解答</li> </ol>	<p>保险公司客户经理</p> <p>银行理财经理、客户经理</p> <p>项目组老师（网络指导）</p>
第十三天	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 催单、跟踪促成、后续营销营造，</li> <li>2. 未成交客户、未到场客户信息发送、跟踪</li> <li>3. 回单信息汇总、问题汇总、问题解答</li> <li>4. 项目汇总</li> </ol>	<p>保险公司客户经理</p> <p>银行理财经理、客户经理</p> <p>项目组老师（网络指导）</p>

## 课程体系（第一阶段）

### 第一阶段（全流程辅导）：

#### 1. 培训目标

1) 了解产说会的组织意义与目标

- 2) 掌握产说会客户的识别能力及邀约技巧
- 3) 夯实客户信息收集技巧及沙龙促成技巧

## 2. 培训内容

- 1) 产说会的由来及意义
- 2) 五类产说会的组织形式
- 3) 产说会组织流程六步骤
- 4) 产说会客户选择与识别
- 5) 产说会电话邀约与实操
- 6) 邀请函呈送实操演练
- 7) 产说会客户服务与营销

**参训人员：**业务人员、业务主管

**培训形式：**讲师讲解+案例分析+话术演练通关+情景演练

## 第二阶段（全流程实操）：

### 1. 培训目标

- 1) 掌握特色产说会组织与策划技巧
- 2) 学会产说会运营流程
- 3) 学习产说会组织分工标准及配合技巧

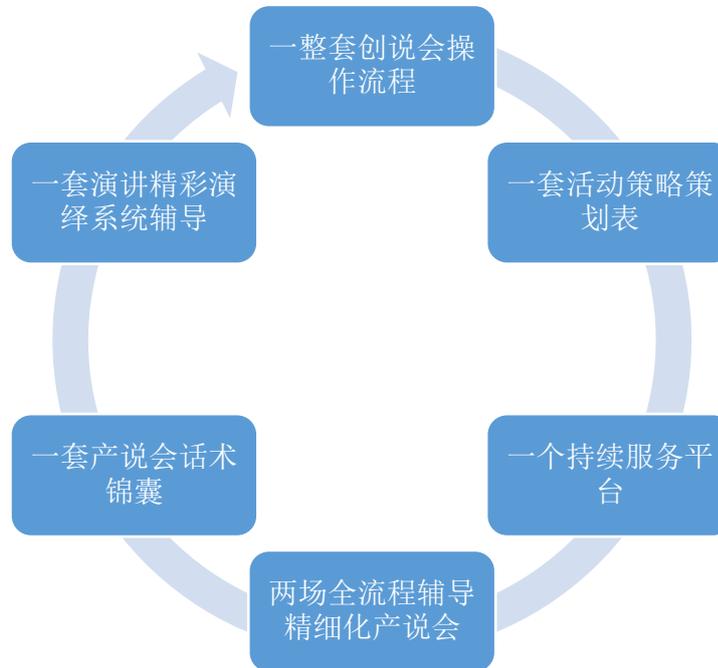
### 2. 培训内容

- 1) 产说会三大组织模块
- 2) 产说会的策划与组织
- 3) 产说会九类人群分工
- 4) 产说会客户邀约
- 5) 产说会系统运作
- 6) 产说会实际操作两场次
- 7) 产说会总结会开展
- 8) 产说会后客户追踪

**参训人员：**业务精英、业务主管

**培训形式：**讲师讲解+小组研讨+情景演练+产说会实操

**交付成果：**



## 财富管理之法律视野

### 课程背景：

当我们和客户沟通时候，谈及法律问题，专业知识的缺乏让我们谈论戛然而止，当我们艳羡业绩高手分享价值客户关注的财富传承和资产保全的问题，能力的渴求写在我的脸上，时间已经到了 2019 年了，在这个金融市场快速发展的时代，在这个专业为王的大时代，必须要培养理财顾问，使其掌握财富保全与传承的专业法律知识，具备为价值客户提供专业服务能力，增加大额保单销售业绩，解决从小格局到大视野的转变。

### 课程目标：

- 思维转型：帮助学员正确认知财富传承
- 知识强化：针对性进行知识讲授和提炼
- 技能夯实：强化并夯实财富管理的方法
- 发掘规律：掌握有效运用保全传承技能
- 持续服务：利用知识回馈客户增加业绩

### 课程特色：

- 学员导向：把握学员困境，因难制宜做计划
- 注重实践：剖析实战案例，全心投入学技能
- 强化实操：回归落地方案，知识燃烧重运用

**课程时间：**2 天，6 小时/天

**课程对象：**理财顾问

**课程方式：**课程讲授 70%，案例分析及小组研讨 30%

## 课程大纲

### 第一讲：法律基础

## 案例分析：大陆法系与海洋法系的差异分析

### 一、民法

#### 1. 民事法律关系

#### 案例分析：产权保护与法律中的自由

#### 2. 民事法律行为

#### 案例分析：可撤销变更与效力待定的法律行为

#### 3. 代理

#### 案例分析：无权代理与表见代理

#### 4. 合同

#### 案例分析：合同履行的原则与合同的责任问题

### 二、商法

#### 1. 个人独资企业

#### 2. 合伙企业

#### 3. 有限责任公司

#### 案例分析：不同性质企业的债务效力问题

#### 4. 信托

#### 案例分析：信托的效力与目的差异

## 第二讲：婚姻法

### 案例分析：女神的幸福经济学

### 一、婚姻法律视角

#### 1. 有效婚姻成立的条件

#### 小组探讨：彩礼能否要回来

#### 2. 婚姻解除的法律界定

#### 案例分析：离婚的两种形式及其影响

### 二、婚姻财产保全

#### 1. 夫妻共同财产

#### 案例分析：股权、房产在夫妻共同财产的界定

#### 2. 夫妻共同债务

**案例分析：**《婚姻法》关于债务清偿的解读

3. 利用金融工具保全婚姻财产

**案例分析：**夫妻财产公证与人寿保险功用

### **第三讲：继承法**

**案例分析：**富不过三代的风险分析

#### **一、家族财富思维**

1. 家族的理念

**案例分析：**家族和财富究竟有什么关联

2. 传统财富传承思维

**案例分析：**七千万嫁女的法律风险

3. 财富传承的影响因素

**小组研讨：**婚姻及其财产制度风险分析

**案例分析：**家族财富与企业风险的关联

#### **二、家族财富传承**

1. 法律中对于财富传承的规定

**案例分析：**继承有效财产的认定

**小组研讨：**法定继承的优劣势分析

2. 家族财富传承的风险

**小组研讨：**60%的遗嘱失效的原因

**案例分析：**股权继承的风险解析

3. 财富传承的有效策略

**小组研讨：**家族信托在财富传承中的优缺点分析

**小组研讨：**人寿保险在财富传承中的优缺点分析

#### **三、法律知识的运用**

1. 富裕人士关注问题

**案例分析：**2019年热点问题分析

**小组讨论：**“税商”与“法商”的成交转化

2. 沙龙的创新模式

**案例分析：**体验式的沙龙呈现

3. 资产保全财富传承

**案例分析：**“婚姻与财富”的内容灵魂

4. 子女教育养老无忧

**案例分析：**年金保险的稳稳地幸福

## 财富管理之税收筹划

### 课程背景：

目前，中国经济处于转型攻坚期，深化改革也开始进入深水区，为什么今年崔永元要大张旗鼓的“炮轰范冰冰”？为什么两税合并落地如此迅速？房产税是否呼之欲出？遗产税是否加速推进？这些即将来临的税务改革，对我们的财富管理有何影响？针对习总书记提出的共同富裕，国家层面又在做哪些布置？

我们将关注高端客户关注的问题，对税务问题进行详细的分析，揭示中国当前的真实状况，把握企业的宏观经济和政策环境。

### 课程目标：

- 思维转型：帮助学员正确认知当前经济形势
- 知识强化：强化并夯实对我国相关税收认识

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**金融从业者

**课程方式：**课程讲授及互动

### 课纲大纲

#### 第一讲：当前政策与税务问题

1. 有中国特色的社会主义政治经济学

**案例分析：**收入的合法标准与印度政府反腐

**案例分析：**“资产代持”的问题与对策

2. 十九大的历史要求

**案例分析：**2018年我国税收改革演进

3. 偷税、漏税、避税与节税

**案例分析：**不同的税收筹划策略比较

## 第二讲：国内税收政策及其财富对策

### 一、营改增的新政策

案例分析：这些年的不断变革分析

案例分析：企业经营的“三座大山”

### 二、个人所得税的改革

案例分析：个税改革的时间表与实践计算

### 三、社保税务征管的变革

案例分析：税务征管的“压力山大”与“迫在眉睫”

案例分析：社保“改嫁”税务最新政策解析与应对

### 四、房产税的前世今生

案例分析：重庆换市长的房产税调整

案例分析：房产税冲击的策略分析

### 五、遗产税的传言

小组探讨：中国开征遗产税遇到的困难

案例分析：遗嘱与信托、人寿保险合理结合

## 第三讲：私人财富全球税务筹划

### 一、私人财富的全球税务筹划需求

### 二、国际税收政策新动态

小组讨论：BEPS 计划、FATCA、CRS、BO 信息自动交换

案例分析：美国税改新动态：降低税负

### 三、中国版 CRS 文本的解读

小组讨论：《非居民金融账户涉税信息尽职调查管理办法》信息传递

案例分析：全球财富阳光以后，可能的后果

### 四、身份安排与全球税务筹划

小组讨论：近两年，万名双重国籍人士放弃了美国国籍。

案例分析：富豪为避税，每日打“飞的”

### 五、转让定价与全球税务筹划

案例分析：全球转移定价方法

## **六、跨境资产配置与全球税务筹划**

**小组讨论：**国际避税地应具备的条件

## **七、高净值客户的应对 CRS 策略**

**案例分析：**有效的七大策略解读

## 财富管理之资产配置

### 课程背景：

处于高速增长的中国经济受欧美国家经济危机的拖累，出现了增长放缓的态势。企业深感冬天的阵阵寒意，出口下滑，股市震荡，房市景气度一度下降。这些不断动摇着企业家的信心。

中国当前政策趋势如何？2019 年经济发展正确的解读方式是什么？面对 2019 年我们对于市场的应对策略是什么？2019 年保险行业又有怎样的机遇？我们将关注高端客户关注的问题，对当前经济政策问题进行详细的分析，揭示中国当前的真实状况，把握当前大家所焦虑的问题和解决对未来的不确定。

### 课程目标：

- 思维转型：帮助学员正确认知财富传承
- 知识强化：针对性进行知识讲授和提炼
- 技能夯实：强化并夯实财富管理的方法
- 发掘规律：掌握有效运用保全传承技能
- 持续服务：利用知识回馈客户增加业绩

### 课程特色：

- 以政策风险为切入点，引起共鸣
- 从宏观经济现状阐述，导出迫切
- 导未来经济政策预期，陷入深思
- 落行业分析竞争态势，有效促进

**课程时间：**2 天，6 小时/天

**课程对象：**金融机构各级管理者

**课程方式：**课程讲授有效互动

## 课纲大纲

### 第一讲：经济环境解读

#### 一、2018 年的“再见与不见”

1. 动荡之年：中美贸易战的深度解析

**案例分析：**中兴华为事件与中美未来抗衡

2. 颠覆之年：长春长生事件与新时代主要矛盾

**互动研讨：**改革开放与美好生活的时代变迁

3. 离别之年：李咏与金庸等离开留下了什么

**问题分析：**生活中的快节奏与慢节奏

#### 二、2019 年的“悲观与乐观”

1. 个税改革与社保税务征管的财政政策

**问题分析：**个税改革释放的信号与带给保险行业的机会

**政策解读：**个税改革中“反避税条款”与我国的对外政策

**互动研讨：**国税地税合并与银保监会建立的始末因果

2. M2、GDP、CPI 与 2019 年的货币政策分析

**数据分析：**新鲜出炉的 2018 年经济统计数据

**问题分析：**2019 年的 M2 与货币政策预测

3. 金融监管政策与房地产、股市预测

**资产定价：**股市目前的市净率与 2019 年股市政策解读

**资产定价：**楼市政策投机与 2019 年楼市政策解读

**对外监管：**居民和个人海外投资在 2019 年的发展预测

### 第二讲：资产配置策略

#### 一、资产配置与财富自由

1. 数据解读：生命周期与财富管理目标

2. 关爱自己：品质养老与白头偕老的要素

3. 未来孩子：天价嫁女与财富传承的期盼

#### 二、玩转资产配置：分散

1. 股票投资分析

**分析决策方法：技术分析价值分析**

2. 房地产投资分析

**当前政策解读：房产税的 2011 与 2019**

3. 银行理财投资分析

**金融产品分析：银行理财产品与资管新规**

4. 安全投资分析

**金融产品分析：保险产品的优劣势分析**

**金融产品分析：2019 年的现金为王**

**三、玩转资产配置：分配**

1. 未雨绸缪：市场风险与信用风险

2. 伺机而动：资产的流动性管理

3. 审时度势：当前美林时钟理论

4. 构建 2019 年的资产配置策略

## 第四部分 产说增员

### 组织发展之大数据引爆增员季

#### 课程背景：

随着我国经济新常态和互联网时代的到来，保险行业迎来了“钻石十年”。尤其是十九大会议要求，“加强社会保障体系建设。按照兜底线、织密网、建机制的要求，全面建成覆盖全民、城乡统筹、权责清晰、保障适度、可持续的多层次社会保障体系。全面实施全民参保计划。”大数据互联网时代最值钱的不是人才，而是团队，借助全民创业的浪潮，把握市场发展的优势，引爆增员时节，快速组建一支强大的寿险队伍，以团体的集体智慧去抢占市场，才能成为真正的赢家。

《大数据引爆增员季》旨在：主管重新定义自己的未来，自主经营意识和能力提升；精准的增员话术落地和增员系统构造，有效人力规模的快速提升；成为大平台创业的企业家，确定梦想是为了实现寿险业的财富自由。

#### 课程目标：

- 思维转型：帮助学员正确认知组织发展
- 知识强化：针对性的进行技能讲授提炼
- 技能夯实：强化夯实小创会的呈现方法
- 发掘规律：掌握不同准增员定增员策略
- 持续服务：收获增员话术后续落地执行

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**总监、经理、主管、准主管

**课程方式：**课程讲授 60%，案例分析及小组研讨 40%

## 课程目标:

- 思维转型：帮助学员正确认知财富传承
- 知识强化：针对性进行知识讲授和提炼
- 技能夯实：强化并夯实财富管理的方法
- 发掘规律：掌握有效运用保全传承技能
- 持续服务：利用知识回馈客户增加业绩

## 课程大纲

### 第一讲：建立总监的梦想

#### 一、这是最好的时代

##### 1. 行业分析

**小组研讨：**保险行业的下一个“钻石十年”

##### 2. 从业人员现状分析

- 1) 留存不好的源头思考
- 2) 服务心态的小富即安
- 3) 总监之路的雄心壮志

**路径分析：**总监之路，目标导向的思维方式

#### 二、看清增员的本质

##### 1. 增员与组织发展

**现场互动：**真正的增员与组织发展的关系

##### 2. 认识真正的自己

**小组研讨：**增员的 SWOT 分析

**案例分析：**增员劣势的策略导图

### 第二讲：梳理增员的逻辑

#### 一、增员准备中

##### 1. 为什么做保险

##### 1) 360 度增员渠道解析

A 传统增员三大渠道：人才市场、网络、路演

b 优质增员三大渠道：客户、转介绍、影响力中心

c 特色增员三大渠道：社群、活动、商圈

## 2) 增员魔方运用

a 宝妈的增员魔方

b 90 后的增员魔方

c 活用增员魔方策略

## 3) 八大钻石增员精准分析

**世界咖啡：**八大钻石增员画像

### 2. 存在什么异议

1) 增员异议处理的逻辑

2) 异议处理的典型问题

### 3. 为什么跟我干

1) 偶像增员的策略

2) 领导增员的策略

3) 高手增员的策略

**现场互动：**企业高管的增员切入

## 二、增员进行时

1. 邀约的话术

**场景演练：**转介绍增员电话话术蓝本

### 2. 接触的话术

#### 1) 建立信任

**现场互动：**不同人群的赞美话术

#### 2) 收集信息

a 一句话了解对方的内心

**现场互动：**增员诉说者与聆听者的思考

b 从不同时态了解准增员

**小组研讨：**不同人群事业信息收集方法

### 3. 激发的话术

1) 邀约参会的逻辑

**案例分析：**两千人创说会与滴滴增员的故事

2) 四大人群邀约参会的话术

**全员训练：**接触面谈的一对一演练

#### **4. 促成的话术**

1) 促成面谈必要性

2) 促成面谈的话术

**工具运用：**利用职业生涯规划表的沟通

**通关演练：**分人群的全流程面谈通关

### **第三讲：人人能讲创说会**

#### **一、小创会的设计**

##### **1. 目前面临的问题**

1) 邀约难

2) 低效能

3) 低留存

##### **2. 活动话术**

1) 微信文案

2) 陌拜话术

##### **3. 活动组织**

1) 人员安排

2) 会场布置

3) 会务流程

4) 后续追踪

**效果总结：**创说会的脑图分析

#### **二、创说会的主讲**

##### **1. 小创会的类型**

**案例分析：**四大版本的精准小创会

##### **2. 小创会的演绎**

1) 逻辑梳理

**小组讨论：**关注痛苦产生快乐

2) 关注开启

**小组演练：**有效开启三种方法

3) 内容打磨

**小组讨论：**小创会的骨、肉、精、神

4) 控场力量

**小组讨论：**消除紧张唯我独尊

3. 小创会的通关

**小组作业：**老师点评分享互动

## 四步搭建高效增员系统——增员训练营

### 课程背景：

保险行业发展趋势良好，国家政策给予高度支持，中产阶级人数及资产保持持续、快速增长；同时，高净值人群财务安全与传承需求凸显，使得健康险、年金险、保险金信托等产品需求量大增；银保监会监管严格程度逐步提升，行业及产品服务等信息更加透明化，税法制度改革趋势等情况，强烈呼唤大量优秀保险营销员加入。对团队建设而言，人才匮乏，极大地影响了保险企业家们的事业进程，增员已经成为了各大保险公司的重中之重。对于团队主管而言，持续增员且增到合适的人，团队发展才有可能生生不息、不断发展壮大。那怎样能够高效增员呢？

万事意愿先行，增员意愿在前，增员技巧在后，本课程先从国家政策、人口结构、社会老龄化等角度分析保险行业发展前景，从而让主管们看到增员的急切性。然后根据增员系统搭建四步骤，帮助主管们首先明确增员概貌，清楚自己要增谁；其次选择合适的增员渠道并熟练重点渠道开拓技巧，最后建立高效增员流程，掌握三次增员面谈流程。主管们通过本课程的学习不仅可以提升自己的增员效率，还可将高效增员方法快速复制到团队中，为团队的长期发展建立稳健而有效的增员体系。

### 课程收益：

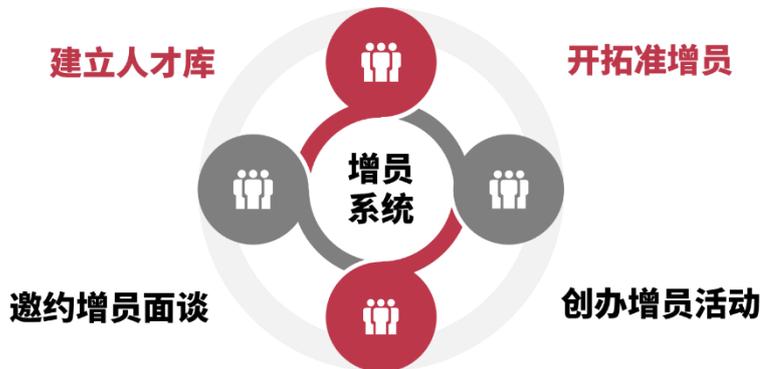
- 巩固主管的增员意愿，提升增员技能，助力增员目标达成；
- 树立增员正确观念，增员才是团队发展的基石，助力团队稳步经营；
- 学会搭建高效增员系统，提升增员系统思维；
- 熟练增员技能，学会寻找增员重点人群，掌握增员话术，提升增员成功率。

**课程时间：**3天，6小时/天

**课程对象：**保险营销主管、准主管

**课程方式：**小组讨论、互动参与、案例分析、话术示范、现场演练

课程模型：



### 课程大纲

第一讲：搭建高效增员系统前的准备——启动增员意愿

#### 一、保险钻石时代下增员大时机

导入：从人口结构看保险需要

##### 1. 养老危机背后的保险刚需

- 1) 70、80 后大量的养老刚需
- 2) 长寿时代带来养老金的高额需求
- 3) 中国人口老龄化导致的社保替代率不足

##### 2. 代际传承引发的保险刚需

- 1) 中产阶级与高净值人群猛增
- 2) 代际传承的难题
- 3) 两税离我们有多远？

##### 3. 人口主体必然进入的保险购买浪潮

- 1) 意外、疾病的发生率逐年上升
- 2) 医疗费用的逐年上涨
- 3) 购买能力的增强

#### 二、从组织发展利益看增员黄金价值

##### 1. 提水桶 VS 建管道

案例：（视频）管道的故事

导入：增员漏斗

## 第二讲：搭建高效增员系统第一步——建立人才库

### 一、明确增员概貌

#### 1. 增员概貌四维度

**案例：**主管增员机长案例

#### 2. 分享你心中的优秀营销员

**互动：**小组讨论分享

#### 3. 写下你的增员概貌

### 二、人才库的正确打开方式

#### 1. 人才库模板

#### 2. 人才库正确跟进记录

### 三、DISC 四种性格类型准增员分析

**导入：**现场测评：DISC 性格测评

#### 1. D 指挥型准增员特质与增员点分析

#### 2. I 影响型准增员特质与增员点分析

#### 3. S 支持型准增员特质与增员点分析

#### 4. C 思考型准增员特质与增员点分析

**小组讨论：**四种性格准增员的增员点及话术

**小组发表：**四种性格准增员的增员点及话术

## 第三讲：搭建高效增员系统第二步——开拓准增员

### 一、转介绍增员渠道开拓

#### 1. 转介绍的成功法则

#### 2. 转介绍成功思路

##### 1) 埋下种子四步骤

##### 2) 直接行动六步骤

**小组讨论：**转介绍六步实战话术

**小组发表：**转介绍六步实战话术

### 二、巧用微信社群助增员

#### 1. 选择高质量微信群

#### 2. 微信群每日经营

### 3. 群内线上引流线下

现场规划：微信群增员开拓计划

## 第四讲：搭建高效增员系统第三步——创办增员活动 1：DISC 交友会

### 一、DISC 性格分析交友会讲解

#### 1. 交友会的流程设计

- 1) 会前
- 2) 会中
- 3) 会后

#### 2. 交友会的成功要点

#### 3. 性格分析交友会全流程示范

- 1) 讲师示范
- 2) 小组选出分享人内部复盘

### 二、DISC 性格分析交友会实操

#### 1. 小组内部实操

小组演练：性格分析交友会实操

工具：性格分析交友会 PPT

#### 2. 小组上台实操（选择 1-2 组）

小组讨论：实操过程优点及改进点

工具：交友会评估表

### 三、制定交友会开展计划

现场规划：交友会开展数量与计划

## 第五讲：搭建高效增员系统第三步——创办增员活动 2：心享会

### 一、心享会讲解

1. 心享会黄金价值
2. 心享会流程设计
  - 1) 会前
  - 2) 会中
  - 3) 会后

### 3. 心享会成功要点

## 二、心享会实操

### 1. 小组内部实操

小组演练：心享会实操

工具：心享会参考问题

### 2. 小组上台实操（选择 1-2 组）

小组讨论：实操过程优点及改进点

工具：心享会评估表

## 三、制定心享会开展计划

现场规划：心享会开展数量与计划

## 第六讲：搭建高效增员系统第四步——邀约增员面谈

### 一、高效增员流程

1. 接洽邀约
2. 软性活动/吸引面谈
3. 创业说明会
4. 激发面谈
5. 决定面谈/邀请参训

### 二、吸引面谈五部曲

1. 寒暄赞美：收集资料、痛点高估、假装怀疑
2. 职业之轮：精准定位、挖掘需求
3. 吸引案例：引起兴趣
4. 解决顾虑：招募流程、答疑解惑
5. 邀约创说会：促成

小组演练：吸引面谈话术

工具：吸引面谈话术

课程结束

### 6. 课程工具箱：

- 1) 人才库模版
- 2) DISC 测试链接

- 3) 交友会 PPT
- 4) 交友会评估表
- 5) 心享会参考问题
- 6) 吸引面谈实战话术
- 7) 转介绍异议处理话术集锦
- 8) 增员异议处理话术集锦

## 增员留存双系统引爆团队裂变——增员训练营

### 课程背景：

对团队建设而言，人才匮乏，极大地影响了保险企业家们的事业进程，增员已经成为了各大保险公司的重中之重。对于团队主管而言，持续增员且增到合适的人，团队发展才有可能生生不息、不断发展壮大。团队的发展壮大，除了持续优增外，还需要把好不容易增进来的人留下来，新人留存的第一责任人就是主管。

万事意愿先行，增员意愿在前，增员技巧在后，本课程先从国家政策、人口结构、社会老龄化等角度分析保险行业发展前景，从而让主管们看到增员的急切性。然后根据增员的三个重点，帮助主管们建立高效增员流程，同时然后帮助主管打造辅导系统，通过对于规划面谈、一对一辅导、培训、陪访、反馈、这些主管必备管理技能的掌握，增强团队留存。

### 课程收益：

- 掌握增员流程，具备系统化增员的思维；
- 熟练增员技能，学会寻找增员重点人群，掌握增员话术，提升增员成功率。
- 建立辅导的系统化思维，夯实主管管理技能，提升团队留存；
- 明确如何辅导、何时辅导、该辅导谁，有的放矢管理团队，提升新人留存；

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**寿险个险主管、准主管

**课程方式：**小组讨论、互动参与、案例分析、话术示范、现场演练

### 课程模型：



## 课程大纲

破冰游戏：我的卓越性

### 第一讲：增员系统——启动增员意愿

#### 一、保险钻石时代下增员大时机

导入：从人口结构看保险需要

##### 1. 养老危机背后的保险刚需

- 1) 70、80后大量的养老刚需
- 2) 长寿时代带来养老金的高额需求
- 3) 中国人口老龄化导致的社保替代率不足

##### 2. 代际传承引发的保险刚需

- 1) 中产阶级与高净值人群猛增
- 2) 代际传承的难题
- 3) 两税离我们有多远？

##### 3. 人口主体必然进入的保险购买浪潮

- 1) 意外、疾病的发生率逐年上升
- 2) 医疗费用的逐年上涨
- 3) 购买能力的增强

#### 二、从组织发展利益看增员黄金价值

##### 1. 提水桶 VS 建管道

案例：（视频）管道的故事

导入：增员三重点

1. 明确增员概貌
2. 开拓准增员
3. 高效增员面谈

## 第二讲：增员系统——明确增员概貌

### 一、明确增员概貌

1. 增员概貌四维度

**案例：**主管增员机长案例

2. 分享你心中的优秀营销员

**互动：**小组讨论分享

3. 写下你的增员概貌

### 二、人才库的正确打开方式

1. 人才库模板
2. 人才库正确跟进记录

**工具：**人才库模版

### 三、DISC 四种性格类型准增员分析

**导入：**（现场测评）DISC 性格测评

1. D 指挥型准增员特质与增员点分析
2. I 影响型准增员特质与增员点分析
3. S 支持型准增员特质与增员点分析
4. C 思考型准增员特质与增员点分析

**小组讨论：**四种性格准增员的增员点及话术

**小组发表：**四种性格准增员的增员点及话术

## 第三讲：增员系统——开拓准增员

### 一、转介绍增员渠道开拓

1. 埋下转介绍种子的话术步骤

步骤 1：主动讨论价值

步骤 2：感谢并埋下种子

步骤 3：提前解决疑虑

## 2. 直接要求转介绍的话术步骤

步骤 1：主动讨论价值

步骤 2：感谢并提起重视

步骤 3：提前解决疑虑

步骤 4：给出准增员画像

步骤 5：讨论准增员的接洽方式

**小组讨论：**转介绍话术

**小组演练：**转介绍话术

## 第四讲：增员系统——高效增员面谈

### 一、高效增员流程

1. 接洽邀约
2. 软性活动/吸引面谈
3. 创业说明会
4. 激发面谈
5. 决定面谈/邀请参训

### 二、吸引面谈五部曲

1. 寒暄赞美：收集资料、痛点高估、假装怀疑
2. 职业之轮：精准定位、挖掘需求
3. 吸引案例：引起兴趣
4. 解决顾虑：招募流程、答疑解惑
5. 邀约创说会：促成

**小组演练：**吸引面谈话术

**工具：**吸引面谈话术

## 第五讲：留存系统——规划面谈、一对一辅导

**导入：**高效辅导模型

### 一、营销员规划面谈

1. 规划面谈的对象与频次

## 2. 规划面谈的步骤流程

- 1) 帮助营销员确定目标
- 2) 找到合适的方法
- 3) 制定营销员活动量计划

## 3. 规划面谈需要达致的效果

- 1) 主管与营销员签订绩效协议
4. 规划面谈话术示范

**话术演练：**规划面谈话术

**工具：**规划面谈表

**工具：**绩效协议模板

## 三、营销员一对一辅导面谈

1. 一对一辅导的对象和频次
2. 一对一辅导的流程
  - 1) 前期数据准备
  - 2) 正面愉快的开场
  - 3) 跟进上周/月行动计划执行情况
  - 4) 回顾分析上周/月目标、活动量
  - 5) 制定改善行动计划
  - 6) 本周/月目标设定

**话术演练：**一对一辅导话术

**工具：**一对一辅导话术

## 第六讲：留存系统——高效培训、跟进反馈

### 一、培训最佳技法——陪同拜访

1. 陪同拜访的对象和频次
2. 3种陪同拜访的类型
3. 陪同拜访的流程

**话术演练：**示范陪同

**工具：**示范陪同拜访话术

## 二、主管高效跟进反馈技法

### 1. 认识跟进反馈的重要

**视频：**蝴蝶

### 2. 跟进反馈的时机

### 3. 跟进反馈的方式

**案例：**保险团队主管反馈

## 第五部分 银保渠道

### 银行保险转型下的期缴营销模式创新

#### 课程背景：

银行保险在中国的发展最早是从驻点开始，很多保险公司在银保运作方面都是个险的套路，那就是训练技巧和客户一对一营销的技能，随着银行保险在银保监会监管越来越严格的环境下，非驻点营销已成事实，导致无处下手？

银行保险植根于银行合作进行保险业务销售，非驻点导致大量银行保险业务人员接触不到客户，导致业绩严重下滑，出现“巧妇难为无米之炊”的困境。

银行保险中国式营销要符合中国文化与中国人的人性以及银行保险发展的规律，以往的培训出现问题，各种公式各种套路让学员反馈听起来特别有道理，做起来却很难落地，银行保险的核心在于银行客户关系维护，当保险公司客户经理与银行行长及客户经理关系到位了，营销变得异常简单，银行人要求买什么客户就买什么，保险公司要求银行卖什么银行就卖深恶么，反之则本末倒置，那如何跟银行人把关系搞好则成为必须考虑的前提，这是在营销技巧以上的层次也是基础。

本课程的设计重点，是让银行保险销售人员从内心看清并接受转型的方向，增强长期期缴产品销售的意愿，结合切实可行的精准营销思路、工具、话术及方法，系统性掌握保障型、年金型等产品的综合应用，完成按照客户需求，配置保险方案，解决客户问题，提升销售技能，高效成交保单的专业化销售流程的掌握。课程采用固化思维训练及通关、模拟情景训练、产品转化训练，加强学员消化吸收，真正做到培训效果的最优呈现，长期期缴业务的产能倍增。

#### 课程收益：

- 让学员认识到长期期缴产品对客户价值不可替代；
- 通过训练让学员掌握高效成交保单技巧；

- 让学员掌握一套长期期缴产品的销售系统，养成好的销售习惯。

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**银行保险分管总，部门经理、总监、客户经理等各层级

**课程方式：**案例+解析+练习+视频分享+小组讨论+模拟演练

## 课程大纲

### 第一讲：银行保险转型下的期缴营销模式创新

#### 一、创造财富的精英思维

##### 1. 创造财富的洞见——财富机会

索罗斯创造财富的心法

##### 2. 概率思维——永远不赌运气

十赌九输的秘密

#### 二、银保创新营销模式

##### 1. 保险公司最大优势如何征服银行最大资源

##### 2. 解读互联网时代的商业模式——什么是羊毛出在狗身上，猪在赚钱

##### 3. 营销模式创新—案例分析

1) 神州租车-共享单车

2) 麦当劳

3) 红领西服

4) 微信营销

##### 4. 银保双赢策略：客户精细化维护—社群服务营销

**案例：**如何娶到比尔盖茨的女儿

**营销模式分享：**梦露睡衣

##### 5. 建立以银行为平台、银保承办的客户需求对接营销模式

##### 6. 银保合作共赢项目—“捆绑客户”社群营销案例

1) 亲子群体中的精准社群

2) 相亲群体中的精准社群

3) 车友群体中的精准社群

- 4) 老年群体中的精准社群
- 5) 商友群体中的精准社群
- 6) 教育社群

## 第二讲：网点经营与客户关系维护

### 一、新形势客户需求解读——保存财富的精英预见

#### 1. 人生支出四大账户

- 1) 婚姻风险与自由人生
- 2) 孩子未来与稳稳幸福
- 3) 更新攀比与内心平静
- 4) 运筹帷幄与百岁人生

#### 2. 高净值账户三大风险

- 1) 政策、调控—国家

**政策解读：**经济学视角剖析税收真相

- 2) 担保、外债—他人

**案例分析：**东莞吴女士财富的灰飞烟灭

- 3) 婚变、继承—内部

**案例分析：**司徒女士离婚时婚姻财产的分割

### 二、网点经营之客户满意度打造

#### 1. 行员（客户）满意度——峰终定律

打动顾客的“第一印象” 55387 定律

#### 2. 多数可遗忘 偶尔特漂亮

- 1) 仪式感
- 2) 重要性
- 3) 小惊喜

#### 3. 跟行员（客户）“谈恋爱”

- 1) 屌丝 VS 土豪，不同客户的需求差别
- 2) 恋爱心理学—分层升级理论
- 3) 迷男宝典—如何追求你的女神

4) 魅力磁场-让你的男神主动来追求你

#### 4. 客户关系维护的方式

1) 日常情感维护

**解析：**客户关系维护学习“送”公明

2) 产品售后跟踪

3) 举办客户活动

**案例：**五大类客户活动主题分析

4) 定期财富诊断

**加餐：**客户关系维护标准——让客户感觉你离不开他

**案例：**贵宾客户的存在感

### 第三讲：营销心理学解读“千万风暴”

#### 一、影响力六大原理

##### 1. 千万风暴 6 大成功的关键因素

**影响力的源头：**机械式自动『固定行为模式』具备“刺激—触发”特征

##### 2. 【互惠】原理

1) 互惠原理的表现

2) 互惠原理的心理学基础

3) 『互惠』原理的运用

4) 千万风暴中『互惠』原理的四两拨千斤套路

##### 3. 【承诺一致】原理

1) 承诺一致的表现

2) 承诺一致的心理学基础

3) 『承诺一致』原理的运用

**承诺前提：**主动+公开+付出努力+自主

##### 4. 千万风暴中『承诺一致』原理的四两拨千斤套路

1) 如何邀约客户能让客户来？

2) 如何让客户说到做到？

3) 巧用客户执行意向，到场签单

4) 最低成交法

5) 先签字后成交

## 5. 【社会认同】原理

1) 社会认同原理的表现

2) 社会认同原理的心理学基础

3) 『社会认同』原理发挥作用的最佳时机

4) 『社会认同』原理中的盲点：多元无知效应

### 5) 千万风暴中『社会认同』原理的四两拨千斤套路

a 从众现象

b 将客户置于正将购买的环境中

c 沙龙 007 特工人员

## 6. 【喜爱】原理

1) 喜爱原理的表现

2) 喜爱原理的心理学基础

3) 『喜爱』原理的要素

4) 千万风暴中『喜爱』原理的四两拨千斤套路

## 7. 【权威】原理

1) 权威原理的表现

2) 权威原理的心理学基础：对权威的服从

3) 影响人们对『权威』判断的因素

4) 千万风暴中『权威』原理的四两拨千斤套路

a 率先晾出专家身份

b 推崇

## 8. 【稀缺】原理

1) 稀缺原理的表现

2) 稀缺原理的心理学基础

3) 损失规避心理

4) 千万风暴中『稀缺』原理的四两拨千斤套路

a “数量有限”策略

b “截止日期”策略

## 二、精准营销破局传统沙龙三大难题

### 1. 邀约哪些客户？

#### 客户画像—“社群”素描

- 1) 客户总资产
- 2) 客户年龄
- 3) 客户类型

### 2. 如何邀约客户能保证客户一定到？

#### 1) 强行吸引—给客户一个需求而不是挖掘一个需求

反思：我之前是怎么做约见准备的？

##### a 客户信息收集与分析

##### b 客户约见理由的选择与包装

- 《细节决定成败—给客户潜意识下套》
- 《让客户做出承诺》
- 《约见理由包装要点》

练习：典型客户的约见准备——制定联系计划表、设计预热短信

#### 2) 强行筛选—制造稀缺性，只选对的，不选贵的

##### a 短信微信铺垫预热

##### b 打确认电话—给自己找个理由

##### c 电话目标的设定与排序

改进：今后我会怎么做？

##### d 传统电话中的信息效用分析

##### e 开场白的三个关键点

案例：成功电话确认话术分析

姿态比说服更重要—“送包”客户三不要

预销售过滤话术学习：

- 1) 我恐怕不能三小时参会
- 2) 是不是又要推销产品（保险）啊
- 3) 客户活期余额不足 20 万

### 3) “送包”步骤及话术

- a 预约电话
- b 面见客户
- c 活动介绍
- d 现场促成

促成开口-异议处理-进一步促成-礼品促成-荣誉促成

### 3. 客户到了如何成交?

#### 1) 刀剑交锋的谈判技巧—最终成交

##### a 产生购买行为的心理学动机

胡萝卜+大棒：追求快乐+逃避痛苦

##### b 打动客户的画面效应

关注感觉+制造情绪

##### c 最终成交的五大步骤

- 引发购买动机
- 创造生动有效的文字画面（煽风点火）

##### 营销视频播放：《开水房》

- 发现客户的“秋波”—心理学解读购买讯号
- 取得购买承诺——射门九种脚法
- 制造购买的急迫性

##### 现场模拟-角色演练

##### 参考话术解析

## 第四讲：银行保险的破局之匙—保单健诊

### 一、保单健诊解读

1. 保单健诊的定义
2. 保单健诊的意义
3. 保单健诊的方法论
  - 1) 人性的关怀
  - 2) 理性且专业的分析

3) 务实的保单调整

#### 4. 保单健诊的步骤

- 1) 检视家庭开支
- 2) 检视未来短中长期财务目标
- 3) 检视客户家庭现有的资产配置情况和家庭现有的资产及负债情况
- 4) 家庭保单健诊
- 5) 重新调整资产及保险规划

### 二、银保营销的持久之道：顾问式营销

### 三、分性格类型客户精准营销

#### 1. 追本溯源，回归自我—了解性格分类

- 1) 沟通的白金法则

工具：性格自评表

#### 2. 知己知彼，扬长避短—性格的特点

- 1) I（表达型，活泼型）的特点
- 2) C（思考型，完美型）的特点
- 3) D（力量型，行动型）的特点
- 4) S（和平型，配合型）的特点

视频播放：四种性格的视频分别展示

#### 3. 活学活用，学以致用——关键行为判断法

常见的误判及原因分析

练习：看图识人

小组讨论：如何从言行举止中快速准确判断客户的性格色彩？

小组讨论：如何从面谈中判断客户的性格色彩？

练习：情景模拟

#### 4 选对“钥匙”——对四种性格客户的营销之道

小组讨论：对四种客户，应分别采用怎么样的沟通方式？

小组讨论：四种基本客户类型的营销技巧及促成方法？

练习：情景模拟

## 银行保险——网点经营与关系维护

### 课程背景：

银行保险在中国的发展最早是从驻点开始，很多保险公司在银保运作方面都是个险的套路，那就是训练技巧和客户一对一营销的技能，随着银行保险在银保监会监管越来越严格的环境下，非驻点营销已成事实，导致无处下手？

银行保险植根于银行合作进行保险业务销售，非驻点导致大量银行保险业务人员接触不到客户，导致业绩严重下滑，出现“巧妇难为无米之炊”的困境。

银行保险中国式营销要符合中国文化与中国人的人性以及银行保险发展的规律，以往的培训出现问题，各种公式各种套路让学员反馈听起来特别有道理，做起来却很难落地，银行保险的核心在于银行客户关系维护，当保险公司客户经理与银行行长及客户经理关系到位了，营销变得异常简单，银行人要求买什么客户就买什么，保险公司要求银行卖什么银行就卖深恶么，反之则本末倒置，那如何跟银行人把关系搞好则成为必须考虑的前提，这是在营销技巧以上的层次也是基础。

■ 如何把银行人变成自己人，如何运用心理学中承诺一致原理递进关系？

■ 如何根据银行人的年龄/资产/性别/职业/性格分类别精准维护客户？

■ 如何搞银行的沙龙活动，总是无法解决的三个核心问题：

① 邀约哪些客户？

② 如何邀约客户能保证客户一定到？

③ 客户到了如何成交？

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**银行保险客户经理部经理/分管总

**课程方式：**案例+解析+练习+视频分享+小组讨论+模拟演练

### 课程收益：

- 收获从专业和情感两个方向的网店经营与客户维护的技巧与方法，懂得如何构建值得银行人托付一生的服务关系
- 学会有效识别客户忠诚度，明确现阶段与客户处理那种关系层级，了解客户关系从一个阶段往下一阶段发展的原则与要点
- 掌握迅速了解客户心理满意度的评估策略，尤其是对比于竞争对手，能快速找到客户的不满意并有效处理
- 掌握中国式客户关系维护的心法知道把银行人变成自己人
- 掌握客户维护方式以及具体操作步骤，从资产配置角度用专业维护客户
- 掌握客户分层、分类、分级、分客群及分性格类型多维度的细分客户的精准维护
- 掌握网点沙龙操作的诀窍和技巧，实现关系+技巧=保费

### 课程特色：

- 落地性——课程内容落地性强，无须二次转化，拿来即用；
- 针对性——为客户经理、支行长量身定制，课程内容 100%贴合客户经理的工作实际；
- 生动性——采用讲授、讨论、案例分析等多种互动交流的培训形式，突出课堂生动性；
- 实用性——培训突出实用效果，结合典型工作情景，聚焦存量客户营销中遭遇的各种疑难 和困惑，给出解决要点和话术。

## 课程大纲

### 第一讲：网点经营—建立信任、关系行为

#### 一、分节奏打造客户关系

##### 1. 有品牌

- 1) 抢占强烈特征的个人标签
- 2) 持续展示，积累品牌效应
- 3) 高手都会向外部借力

##### 2. 有姿态

- 1) 姿态来自自信
- 2) 面对干扰，咨询建议要小心

### 3. 有关系

#### 1) 客户关系维护的方式

##### a 日常情感维护

**解析：**客户关系维护学习“送”公明

##### b 产品售后跟踪

##### c 举办客户活动

**案例：**五大类客户活动主题分析

##### d 定期财富诊断

#### 2) 客户关系维护标准：让客户感觉你离不开他

**案例：**贵宾客户的存在感

## 二、行员满意度打造

### 1. 行员满意度——峰终定律

打动顾客的“第一印象”55387定律

### 2. 多数可遗忘 偶尔特漂亮

#### 1) 仪式感

#### 2) 重要性

#### 3) 小惊喜

### 3. 职业化+利益驱动

## 三、跟行员“谈恋爱”

### 1. 屌丝 VS 土豪，不同客户的需求差别

### 2. 恋爱心理学-分层升级理论

### 3. 迷男宝典—如何追求你的女神

### 4. 魅力磁场-让你的男神主动来追求你

## 第二讲：网点经营—充当顾问

### 一、辅助行员营销——成功的 SPIN 有效提问

**反思：**在销售中你最常问的五个问题是什么？是如何提问的？

## 1. 高效的客户营销从客户信息管理

识别-赞美-提问

## 2. 医生诊断式提问

1) 你不想要什么

2) 过去曾经做过什么

剖析 SPIN：顾问式寻求探寻的四项关键任务

心理学原理：痛苦学说

视频播放：《非诚勿扰》-墓地销售

## 4. 四类问题的营销逻辑：拒绝后撤原理

故事分享：唐僧通过 SPIN 取得真经

现场模拟-角色演练

四类客户营销：带孩子的家长；刚买完菜的阿姨；农民工；企业主

参考话术解析

## 二、辅助行员组织活动实现精准营销

讨论：企业主客群、家庭主妇客群、退休客群交叉营销

### 1. 营销模式创新

1) 神州租车 VS 摩拜单车

2) 麦当劳

3) 红领西服 VS 普拉达爆款

4) 微信营销

### 2. 客户精细化维护——社群服务营销

案例：如何娶到比尔盖茨的女儿

营销模式分享：梦露睡衣

3. 建立以银行为平台的需求对接营销模式

### 4. 社群思维特点

1) 社群思维目的：注重长期，引爆传播

2) 社群思维形式：活动结束，服务开始

3) 社群思维成本构成：资源整合，羊毛出在猪身上

### 5. 常见社群维护与存量开发案例常见社群营销案例

- 1) 亲子群体中的精准社群
- 2) 女士群体中的精准社群
- 3) 教育社群
- 4) 车友群体中的精准社群
- 5) 老年群体中的精准社群
- 6) 商友群体中的精准社群

### 第三讲：网点经营——价值说服

#### 一、有效沟通技巧

1. 有效沟通的话题选择 FORM
2. 巧用语言的艺术

分析：替代性用语

#### 3. 说服的技巧

- 1) 最高主题
- 2) 中间主题
- 3) 最低主题

#### 二、分性格类型精准沟通说服

1. 屌丝行员 VS 土豪行员的维护技巧
2. 行员分类进行有效维护
3. 知己知彼，扬长避短—性格的特点
  - 1) I（表达型，活泼型）的特点
  - 2) C（思考型，完美型）的特点
  - 3) D（力量型，行动型）的特点
  - 4) S（和平型，配合型）的特点

视频播放：四种性格的视频分别展示

4. 活学活用，学以致用——关键行为判断法  
常见的误判及原因分析

练习：看图识人

小组讨论：如何从言行举止中快速准确判断客户的性格色彩？

**小组讨论：**如何从面谈中判断客户的性格色彩？

**练习：**情景模拟

## 5. 选对“钥匙”——对四种性格客户的营销之道

**小组讨论：**对四种客户，应分别采用怎么样的沟通方式？

**小组讨论：**四种基本客户类型的营销技巧及促成方法？

**练习：**情景模拟

## 第四讲：网点经营——全维度促成

### 一、解读：影响力 6+1 原理套路对方

1. 『互惠』原理及网点经营运用分享
2. 『承诺一致』原理及网点经营运用分享
3. 『社会认同』原理及网点经营运用分享
4. 『喜爱』原理及网点经营运用分享
5. 『权威』原理及网点经营运用分享
6. 『稀缺』原理及网点经营运用分享

### 二、非理性促成

#### 1. 选择决策中的非理性促成

对比效应——评估模式——折中效应——锚定效应

#### 2. 个人习惯中的非理性行为

沉没成本——损失厌恶——心理账户

### 三、刀剑交锋的谈判技巧——最终成交

#### 1. 产生购买行为的心理学动机

胡萝卜+大棒：追求快乐+逃避痛苦

#### 2. 打动客户的画面效应

关注感觉+制造情绪

#### 3. 促成交易的五大步骤

- 1) 引发购买动机
- 2) 创造生动有效的文字画面（煽风点火）

**营销视频播放：**《开水房》

- 3) 心理学解读购买讯号
- 4) 取得购买承诺——射门九种脚法
- 5) 制造购买的急迫性

**现场模拟-角色演练**

**参考话术解析**

## 银行客户营销策略与关系维护技巧

### 课程背景：

近年来，随着居民整体收入水平的提高和金融消费习惯的改变，客户对金融服务渠道、金融产品和服务提出更高、更全面的需求。与此同时，利率市场化时代到来及同业竞争加剧使银行营销团队面临不同的困境和挑战。在这种新形势下，银行再单纯依靠网点数量增加、资产规模扩张等粗放的管理模式，已很难适应激烈的市场竞争。严峻而复杂的外部环境，对网点负责人提出了更高的要求，网点负责人需要以职业经理人的身份来经营及管理网点，以实现预期利益。

中国式营销要符合中国文化与中国人的人性，以往的培训出现问题，各种公式各种套路让学员反馈听起来特别有道理，做起来却很难落地，中国式营销的核心在于客户关系维护，当银行人与客户关系到位了，营销变得异常简单，银行人要求买什么客户就买什么，反之硬性用技巧去攻击客户则达不到预期效果，那如何那客户把关系搞好则成为银行人必须考虑的前提，这是在营销技巧以上的层次也是基础

以服务为基础，以营销为目标，以管理为核心，以风险为命脉的网点运营管理，是每个网点管理者和网点工作参与者必须掌握的合理运营理念。其中，以客户为导向的营销是最直接也最有效的诠释网点经营结果的评估工具。

互联网时代的客户营销策略发生哪些转变？针对不同客户的营销策略及营销方法有哪些？如何把陌生客户变声熟悉客户，如何运用心理学中承诺一致原理递进关系？如何把普通客户变成核心客户，并出大单？如何根据客户的年龄/资产/性别/职业/性格分类别精准维护客户？

### 课程收益：

- 收获从专业和情感两个方向的售后服务与客户维护的技巧与方法，懂得如何构建值得客户托付一生的服务关系
- 学会有效识别客户忠诚度，明确现阶段与客户处理那种关系层级，了解客户关系从一个阶段往下一阶段发展的原则与要点

- 掌握迅速了解客户心理满意度的评估策略，尤其是对比于竞争对手，能快速找到客户的不满意并有效处理
- 掌握客户维护方式以及具体操作步骤，从资产配置角度用专业维护客户
- 掌握客户分层、分类、分级、分客群及分性格类型多维度的细分客户的精准维护
- 掌握最终成交的套路和心法，让客户最终拍板做决定的技巧

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**客户经理、理财经理、支行长

**课程方式：**案例+解析+练习+视频分享+小组讨论+模拟演练

#### 课程特色：

- 落地性——课程内容落地性强，无须二次转化，拿来即用
- 针对性——为客户经理、支行长量身定制，课程内容100%贴合客户经理的工作实际。
- 生动性——采用讲授、讨论、案例分析等多种互动交流的培训形式，突出课堂生动性。
- 实用性——培训突出实用效果，结合典型工作情景，聚焦存量客户营销中遭遇的各种疑难和困惑，给出解决要点和话术

### 课程大纲

#### 开篇：分析与转化篇

##### 一、行员的营销定位与角色认知

**反思：**角色认知测评，我工作的角色是什么？

##### 1. 行员的营销定位与角色认知

营销心理学剖析角色认知，同样的工作的不同认知得到的结果不同——土匪还是将军？

##### 2. 建立在角色认知之上的银行客户标准化营销

全员开口-盘活屌丝-标准化经营

视频播放：《全民情敌》

标准话术：2 句话版、3 句话版、5 句话版

## 第一讲：银行客户关系提升

### 一、服务篇——客户满意度

1. 客户忠诚来自客户的满意体验

故事分享：海底捞服务

2. MOT 关键时刻、关键动作

讨论分享：银行服务的 MOT

3. 客户满意度——峰终定律

打动顾客的“第一印象” 55387 定律

### 二、套路篇——维护方式与标准、节奏

#### 1. 客户关系维护的方式

1) 日常情感维护

解析：客户关系维护学习“送”公明

2) 产品售后跟踪

3) 举办客户活动

案例：五大类客户活动主题分析

4) 定期财富诊断

2. 客户关系维护标准：让客户感觉你离不开他

案例：贵宾客户的存在感

#### 3. 客户关系维护节奏：欲速则不达

1) 初步接触：建立良好关系和印象

2) 获取信息：关键动作—获取客户信息，开卡或购买理财产品

3) 挖掘需求：关键动作—持续联系，挖掘产品需求

4) 情感联络：关键动作—满足客户个性需求，利用活动再次链接情感

5) 深度经营：关键动作—建立持续联系，挖掘深度需求

## 第二讲：互联网时代三类客户的营销策略及方法

## 一、增量客户的营销策略及方法

1. 网点外部动线管理及环境解析

### 2. 增量客户的六大营销策略

- 1) 路演营销
- 2) 职团营销
- 3) 公益营销
- 4) 异业联盟
- 5) 事件营销
- 6) 微营销拓展

**案例分析：**六大营销策略经典案例分析

**小组讨论：**根据增量客户的营销策略及方法，设计网点增量客户营销组合

## 二、流量客户的营销策略及方法

1. 网点内部动线管理及营销环境解析

### 2. 流量客户的五大营销策略

- 1) 厅堂营销
- 2) 联动营销
- 3) 目标营销
- 4) 等候营销
- 5) 微营销链接

**案例分析：**五大营销策略经典案例解析

**小组讨论：**以所在网点为核心，思考流量营销的具体营销策略

## 三、存量客户的营销策略及方法

1. 存量客户的有效识别及客户细分

### 2. 存量客户的五大营销策略

- 1) 沙龙营销
- 2) 兴趣营销
- 3) 节日营销
- 4) 事件营销
- 5) 微营销渗透

**案例分析：**五大营销策略经典案例解析

4. 粉丝经济的有效运用

**小组讨论：**根据网点实际情况，讨论存量客户的营销策略

**第三讲：多维度细分客户有效经营维护（分层-分类-分级-分群-分性格）**

### 一、跟你的高端客户“谈恋爱”

1. 屌丝 VS 土豪，不同客户的需求差别
2. 恋爱心理学—分层升级理论
3. 迷男宝典—如何追求你的女神
4. 魅力磁场—让你的男神主动来追求你

### 二、客户分层、分级、分类维护技巧

1. 按 AUM 分层-按购买意愿分类-按购买习惯分群
2. 屌丝客户 VS 土豪客户的维护技巧
3. 客户按购买意愿和资产进行有效分层
4. 客户分社群精准维护营销
5. 客户分阶段经营
  - 1) 陌生客户-初识客户-简单交流客户-产生营销行为客户-交叉买过产品客户
6. 交叉营销
  - 1) 交叉营销的流程
  - 2) 交叉营销的关键点
  - 3) 购买不同理财产品的客户如何交叉营销？交叉哪些产品？
  - 4) 客户分类群交叉营销的技巧
7. 基于客户购买事件的精准营销

### 三、客户分群营销之精准社群维护

**讨论：**企业主客群、家庭主妇客群、退休客群交叉营销

#### 1. 营销模式创新

- 1) 神州租车 VS 摩拜单车
- 2) 麦当劳
- 3) 红领西服 VS 普拉达爆款

4) 微信营销

## 2. 客户精细化维护——社群服务营销

案例：如何娶到比尔盖茨的女儿

营销模式分享：梦露睡衣

3. 建立以银行为平台的需求对接营销模式

### 4. 社群思维特点

- 1) 社群思维目的：注重长期，引爆传播
- 2) 社群思维形式：活动结束，服务开始
- 3) 社群思维成本构成：资源整合，羊毛出在猪身上

### 5. 常见社群维护与存量开发案例常见社群营销案例

- 1) 亲子群体中的精准社群
- 2) 女士群体中的精准社群
- 3) 教育社群
- 4) 车友群体中的精准社群
- 5) 老年群体中的精准社群
- 6) 商友群体中的精准社群

## 四、分性格类型客户精准维护

### 1. 追本溯源，回归自我—了解性格分类

- 1) 沟通的白金法则

工具：性格自评表

### 2. 知己知彼，扬长避短—性格的特点

- 1) I（表达型，活泼型）的特点
- 2) C（思考型，完美型）的特点
- 3) D（力量型，行动型）的特点
- 4) S（和平型，配合型）的特点

视频播放：四种性格的视频分别展示

### 3. 活学活用，学以致用——关键行为判断法

常见的误判及原因分析

练习：看图识人

**小组讨论：**如何从言行举止中快速准确判断客户的性格色彩？

**小组讨论：**如何从面谈中判断客户的性格色彩？

**练习：**情景模拟

#### 4. 选对“钥匙”——对四种性格客户的营销之道

**小组讨论：**对四种客户，应分别采用怎么样的沟通方式？

**小组讨论：**四种基本客户类型的营销技巧及促成方法？

**练习：**情景模拟

## 第六部分 党建类

### 《学习百年党史 牢记初心使命》

#### 课程背景

中国共产党人的初心和使命，就是为中国人民谋幸福，为中华民族谋复兴。中国共产党诞生已近百年，却依然保持朝气蓬勃的精神状态；中国共产党历经苦难，却能成就辉煌。其最重要的基因密码是历代共产党人对初心使命的不懈坚守和执着践行。党的十九届四中全会强调，要建立“不忘初心 牢记使命”制度，把不忘初心、牢记使命作为加强党的建设的永恒课题和全体党员、干部的终身课题，形成长效机制。中国共产党的历史就是一部历代无数共产党人执着践行初心和使命的奋斗史。学习党的历史，从党史中领悟共产党的初心使命的真正内涵，增强守初心、担使命的思想自觉、行动自觉，从而振奋精神、鼓舞士气，提升战斗力。

过去的党史培训一般有三个特点：第一，在授课思路上，过去的课程大多以时间为线索展开，分几个时期讲，这种讲法过于扁平化、线性化，很难突出重点，很难给学员留下深刻印象；第二，在授课视角上，大多注重讲中国共产党的光辉历程和伟大成就，对中国共产党一路走来经历的苦难和挫折讲的不多，这种讲法深刻性不够，启发性不强；第三，在授课方式上，不太考虑人的认知规律，大多采用填鸭式的、满堂灌式的、说教式的授课方式，利用现代化、多样化授课方式的老师不多。

### 《习近平关于全面从严治党重要论述》

#### 课程背景：

党要管党、从严治党，是全面从严治党的一贯要求和根本方针。党的十八大以来，习近平总书记围绕全面从严治党发表了一系列重要讲话，为党的建设提供了重要遵循。在十九大报告中，习近平总书记提出“打铁必须自身硬”的新要求。2020年年初，十九届中纪委四次全会上习近平总书记发表重要讲话对本年度全面从严治党工作做出了新部署，2020年春新冠肺炎疫情非常时期，习近平总书记更是对疫情时期全面从严治党提出了新要求。

在全面从严治党战略不断推进的大背景大环境下，还有个别党员干部不收敛、不收手，突破党纪国法底线，受到党纪国法的严惩。究其原因，他们或者对全面从严治党的形势任务认识不到位，或者对中央推进全面从严治党的决心估计不足，或者存在侥幸心理。这说明，对全面从严治党内容的系统深入的学习还不到位。另外，即使过去系统学习过全面从严治党的内容，但绝大多数党员干部对2020年以来中央对全面从严治党的最新形势要求还了解不够、认识不足。这些都需要加强对全面从严治党主题内容的培训来解决。

本课程结合当前最新形势，既讲解十八大以来，特别是十九大之后习近平总书记关于全面从严治党的重要论述，又讲解2020年以来，十九届中纪委四次全会和疫情时期习近平总书记关于全面从严治党最新论述；既从宏观着眼，讲解全面从严治党的大环境大趋势，又从微观落脚，讲解个体贯彻落实总书记相关

重要论述的现实路径。通过学习培训，使学员认清形势、改变认知、规范行为，切实做到拒腐防变，不折不扣把中央全面从严治党各项要求落到实处。

### 《新时代基层党支部工作实务》

课程背景：

党支部是党的基础组织，是党在社会基层组织中的战斗堡垒，是党的全部工作和战斗力的基础。十八大以来，党中央高度重视党支部建设，2019年10月中央印发《中国共产党支部工作条例》（试行），习近平总书记在多次重要讲话中对党支部工作提出了很多新要求。基层党支部建设工作繁杂琐碎，从哪些方面入手，如何快速打开工作局面，如何规范科学操作，采取什么措施才能事半功倍，困扰着不少基层党务工作者，特别是党支部书记。

本课程根据十九大新党章和《中国共产党支部工作条例》（试行）法规制度，结合习近平总书记关于加强基层党组织建设的讲话精神，系统全面讲解基层党建实务操作的有关理论和实践，帮助党支部书记和党务工作者快速掌握党支部工作应当遵循的政策法规和程序方法，提高党务工作者的业务水平和实操能力，避免无效劳动，提高工作效率，助力党组织作用发挥。

### 《国有企业党建与全面提高党建科学化水平》

课程背景：

党的十八大以来，高度重视国有企业党建工作，2016年中央召开全国国有企业党建工作会议是一个标志。十九大召开后，国有企业党建工作有了新要求新趋势，着力破解长期以来在国有企业存在的党建工作虚化、弱化、淡化、边缘化“四化”现象，加强党的基层组织工作，提高国企党员干部队伍的政治素质、政策理论水平和党建工作业务水平。如何将国有企业党建工作科学化、标准化，是当前国企党建工作的一个热点、难点，各级党务干部有接受学习、培训的迫切需要，这是大势所趋。

课程特色：

- 深入浅出。本课程借助数据、图表、视频、现场模拟演练等方法，说明国有企业党建工作新趋势、新特点、新要求，理论和实际相结合，通俗易懂
- 案例典型生动，针对性强。课程中运用了大量国企党建创新案例，正反面的都有，典型生动，说服力强
- 实效性强。本课程多次讲授，学员满意度高，有亲和力，效果良好，多次被返聘授课

课程收益：

- 学员通过学习，能够清楚认识到十九大以来国有企业党建工作的新形势新要求，国企党建创新面临的机遇和挑战
- 能够掌握国有企业党建科学化的内涵、本质、特点和要求，以及如何结合本行业、本单位实际，探索党建科学化的新模式，提高党建工作效率和质量，强化党员干部政治素质。

## 《新党章学习解读》

课程背景：

党的二十大一个重大成果就是新党章的通过，学习贯彻新党章是学习贯彻二十大精神的内在要求。党章是立党、治党、管党的总章程，是把握党的政治方向的根本准则。习近平总书记一再强调要学习党章，要尊崇党章，要执行党章。如何做到习近平总书记所强调的“学懂、弄通、做实”是接下来一段时期内重要的工作，对于广大党员来说不但要学习党章，还要尊崇党章、贯彻党章和维护党章。

## 《深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想》

课程背景：

党的十九大把习近平新时代中国特色社会主义思想确立为我们党必须长期坚持的指导思想，在党章中把习近平新时代中国特色社会主义思想确立为党的行动指南，这是党的十九大的重大历史贡献，实现了党的指导思想的又一次与时俱进。中央已作出部署，要求各级党政机关、企事业单位要深入贯彻学习党的十九大精神和习近平新时代中国特色社会主义思想，全国各地正在掀起学习习近平新时代中国特色社会主义思想的热潮，形成了学习培训全员覆盖、一个不落局面。