

LIMRA國際人才發展中心

業務員訓練系列

103：如何瞄準和滲透市場

課程概述

本課程為期3天，將逐步向學員教授一種經證實有效的市場識別、瞄準和滲透過程。學員將學習如何分析他們所在城市的市場領域，識別和選擇具有共同需求和特徵的人群，並據此精準地開展行銷活動。關注行銷會讓學員更出色、更高效，從而取得更大成功。

課程開始

學員將認識課程講師和其他學員。在這一單元，講師會闡釋課程目標，說明課程期望。學員會瞭解到業務員職業的三個階段——生存、增長和成熟——並研究每個階段，同時重點關注學員很可能處於的增長階段。學員會被要求充分地發揮這一動態階段的作用，為向下一階段邁進而做準備。

什麼是目標行銷？

目標行銷是全球成千上萬業務員成功的秘訣。學員會學到目標行銷是什麼，以及聚焦具體人群的優勢。這一單元會討論市場的特點，瞭解五種主要的市場類別。接著，學員會發現理想市場的五個特點，有助於避免將時間浪費在無用的市場上。通過團隊項目，學員會學到世界大型企業是如何開展產品行銷的。

如何分析市場區域

講師會引入一個假像的城市，即公平國的一個主要城區“雅典娜”。通過將這個城市作為背景，學員將學習如何分析市場區域，確定可滲透的最佳潛在市場。通過這個案例學習，學員會發現關於這個城市的海量資料背後隱藏著將近 50 種可能的機遇，而這些資料與開展任何大都市分析所搜集的資料很相似。

分析我的行銷區域

作為課前作業的一部分，學員會帶來關於他們自己業務行銷區域的資料。根據在第 3 單元雅典娜案例分析中所學到的分析技能，學員現在需要分析他們自己的行銷區域，以確定可能的市場。學員會分組完成這個任務，每組不超過六個人。這是設計一套完整市場滲透方案所需的八步過程的第一步。

行銷自我分析

利用一種叫做“專案 100”的市場識別指南，學員將分析他們認識和銷售的人群的各種特點。這是一種經證明有效的行銷工具，是確定可能的、可滲透自然市場的一個重要步驟。接著，學員會獲得一份行銷自我分析表，探索他們自己個人特點中有利於引入其他可能盈利市場的 13 個方面。

選擇市場

通過分析市場領域和進行行銷自我分析，學員已經識別了一組可以瞄準和滲透的市場。在本單元，學員需要縮小市場研究範圍，選擇三個目標市場，並按照其成功可能性大小，將它們排序。學員會學習一種樣本市場選擇方法，並分組練習這種技能。

市場訊息

確定了市場優先順序和目標市場之後，接著，學員會學到瞭解目標市場的所有可能資訊的重要性。他們會學到各種市場訊息獲取來源。講師會介紹七個例子，包括適用於簡單資料搜集的一種有效調查方法。第一天晚間作業之一就是讓學員收集關於他們最高優先順序市場的盡可能多資訊。

精煉市場訊息

這一單元會讓學員開始令人興奮的第二天培訓生活。學員首先討論前一晚關於收集市場訊息的作業。他們將分組共用所收集的資訊。

在分組項目中，基於其他學員和講師的個人知識，每個學員可以增加、修正和更新自己的市場訊息，完成資訊精煉過程。

市場描述

要搭建一套完整的市場滲透方案，市場描述是重要的一個步驟。學員將利用針對自己所選市場得到的精煉資訊，以一種獨特的方式組織資訊，讓資訊更相關更有用。他們會認識到“敘述”非常類似於以書面方式講述市場中人群的故事。通過個人練習，學員會分 16 個具體類別或“章節”來書寫覆蓋他們自己市場訊息的“故事”。

產品/服務評量

學員會分析可用的產品和服務，確定最有可能用於滿足目標市場客戶需求的產品和服務。他們會採用一種分析表，在組內完成本次任務。評量工具上會列出 19 種產品類別，以及多數公司會提供的 23 種服務。另外，講師也可以提供另一種沒有通用類別的評量工具。

規劃銷售過程

這一單元是搭建完整市場滲透方案的最高潮部分。學員會回顧銷售過程的步驟，認識到只有精準地針對目標市場設計銷售過程步驟之後，開展的目標行銷才最有意義。通過定制銷售步驟，可以創建一種行銷策略。學員首先評審一種樣本行銷策略，然後針對自己所選的市場制定一種行銷策略。

市場期望

在學員學會如何制定市場滲透方案之後，這一單元的關注點是開發學員在關鍵領域實際實施方案的技能。在這一單元，學員將理解市場中服務物件的動機和期望。按照 LIMRA 最近針對中級市場的研究，可以將客戶分為四種重點期望群體。學員會學習最適合每種群體的行銷技巧，以及最有可能解決每種群體需求的產品。

與市場互動

在這一單元，學員會三人一組進行角色扮演。講師會給出代理在銷售過程的特定階段與潛在客戶交互的四種場景。每個場景中的潛在客戶具備第 12 單元學到的四種願望群體之一的個性特點。組內學員可輪流扮演業務員、潛在客戶和觀察者。這個角色扮演活動會讓他們學會根據潛在客戶的個性特點調整自己的交互風格。

設定目標，增加銷售

這一單元是激動人心的第三天的開始。估計學員在發展了市場瞄準和滲透技能之後，會完成更高的目標。根據課前準備任務，學員會收集他們當前銷售成果的資訊，並將該資訊帶入課堂。在這一單元，學員會設定新的活動目標，比如潛在客戶發掘、事實發現訪談、展示和達成交易。他們會設定目標，升級自己的“成功率”，比如從潛在客戶到訪談的轉化率，以及從訪談到交易達成的轉化率。學員還會為增加從各種來源獲得的潛在客戶數量而制定新目標。

未來的市場

學員會探索未來幾年內，他們的市場預計會發生什麼變化。學員會認識到消費者具備獨立的特點，因此必須將消費者看成“一個”市場。他們會學習為客戶塑造未來環境的八個重點因素。這一單元還會研究省錢傾向與產品購買傾向之間的關聯。學員會探索影響省錢的五個主要因素。

關係銷售

關係銷售是今天行業中的一個時髦詞，描述在業務員和客戶之間建立一種獨特聯繫或聯結。學員會學到如何建立會帶來更多銷售和更大成功的這種聯繫。在這一單元中，學員會學到如何獲取客戶信任以及如何讓客戶尊重他們。通過個人評價，學員會發現改善上述兩個方面必須要做哪些工作。在每個組中，學員會解決如何將附加價值滲入保險銷售交易的問題。

打敗競爭對手

這一單元會讓學員分析誰是他們的競爭對手，以及如何擊敗對方。這是一種讓學員獲取更好地理解當前挑戰所需知識的新型和獨特方法。學員會學習競爭的四個基本層次——而且，競爭不僅僅來自其他保險公司！通過團隊項目，學員會識別主要競爭對手並發現競爭取勝的方法。

這不是一份工作——而是一份職業

學員開始理解他們所選的這一職業的獨特性。他們選擇了一種為客戶負責的職業。學員將探索他們職業的真正意義，以及如何通過遵守職業準則而加強這一意義。課堂上會引入一份樣本職業準則。學員還會進行一項課後測試，並完成一份課後項目，以便繼續在課後實際業務過程中發展自己的技能。他們會研究成功企業家用來讓企業增長繁榮的技巧。

在這一單元，學員會參加一項測試，評價他們所獲得的知識以及贏得 AFA（執照理財顧問）認證所需的學分。另外，還會佈置課程後項目，幫助學員將所學用於實踐。