

LIMRA 國際人才發展中心

業務員訓練系列

201: 開發客戶: 從銷售到市場開發

課程概述

本課程為期3天，旨在使擁有2-3年經驗的業務員做好成為專業理財顧問的前期準備。課程將業務員帶入行銷架構中，涵蓋的主題和流程能夠促進專業理財服務實踐發展。

課程開始

課程講師與學員們互相介紹，回顧課程目的，設立學習目標，回顧由銷售轉向專業理財顧問的職業發展道路。

業務分析

本部分將以個人和小組討論的形式回顧學員們自己的業務概況，介紹商業規劃、產能模式以及市場分析概念並將其與學員自己的活動相關聯。

工作環境

作為規劃流程的一部分，本部分將對商業環境及其與學員和企業的商業計畫的關係進行討論。學員們將制定出在工作環境中對其商業計畫可能造成影響的“關鍵問題”的清單。

三年商業計畫

學員們將在本部分開始制定標準，設定在接下來三年中個人產能、行銷以及職業發展目標。

專注于正確的客戶

學員們將在本部分制定與公司、營業部以及個人行銷優勢相匹配的最佳客戶類型的標準和概況，側重於對能夠帶來持續性業務且形成長期合作關係的客戶開發。

制定客戶分類

學員們將以小組的形式在其活動記錄範圍內開發客戶群，開始制定市場概況進而最大限度的實現產能並進行有效的客戶開發活動。

瞭解客戶需求

本部分將為學員們提供多種方法，深入瞭解客戶的想法和關注點。通過團隊互動討論，學員們扮演客戶角色，在多種情境下研究自己的心態，並通過上述分析，得出自己業務實踐的結論。

提供專業銷售與服務

學員們將制定“專業性”的工作定義，創建專業業務實踐所需的技能和知識清單。

諮詢技巧

學員們將創建“諮詢技巧”的定義以及提出恰當的建議所需要的知識，由此從簡單的銷售演示轉變為建立關係的諮詢活動。諮詢知識包括產品、規範、法務以及公司特定資訊。諮詢技巧包括面談、解決問題和溝通技巧以及個人業務組織技能。

諮詢技巧講座

本講座將設置一個解決實際問題案例的環節，學員們可在這個環節使用諮詢技巧來解決銷售及非銷售諮詢情境下客戶的問題。

創建行銷檔案及評級系統

在將公司和個人市場標準與學員們自己的客戶名單進行匹配的基礎上設立評級系統，通過該系統學員們可以在其客戶群中創建一套“最佳匹配”行銷檔案。學員們使用該評級系統來識別那些最具潛力建立長期合作關係的客戶。本部分將討論續保率和交叉性銷售對高分客戶的影響。

產品及資源概述

本部分將回顧公司提供的產品和服務，就如何最好的使用這些資源服務客戶需求這一主題，為學員們提供交流經驗和資訊的機會。本部分將討論在擁有多種選擇的銷售情景下，做出正確選擇所需的職業道德及資源。

年度總結會議

本部分將闡述年度總結的重要性，包括其在關係開發、創建新的銷售機遇、獲得引薦及增加續保率方面的價值。學員們將會在年度總結會議上制定一個工作提綱，來規劃、準備、執行和跟進。

我需要什麼：你的客戶預期

在討論和角色扮演中，學員們將探討客戶隱藏的關注點以及一名合格的理財顧問瞭解並滿足客戶需求的技巧。職業道德在本部分尤為重要，因為它會區分理財顧問的銷售需求和客戶獲得有原則的建議的需求。本部分還包括與客戶進行有效面談的前期準備及如何開展有效面談。

自我行銷：你的業務發展

學員們通過個人和小組的形式，制定建立諮詢實踐的計畫。團隊活動將側重于定義專業形象、識別引薦資源類型以及能夠加強專業可信度的活動、創建有效方法建立引薦業務。

卓越的銷售理念

鑒於銷售始終是理財顧問實踐發展所需的技能，學員們將有機會在小組和大組編制中交流“最佳實踐”經驗。作為課程後續的一部分，上述銷售理念將被整理並發放給所有學員。

處理難題

隨著理財顧問職業的發展，遇見困難情況的可能性增加，需要謹慎的、合乎道德規範的處理。在本部分，學員們將使用本課程中學習的技能和知識，以角色扮演的形式來處理若干困境。學員們將處理死亡索賠、市場行為問題、客戶的財務困境以及潛在的政策失誤。

制定專業實踐

在本部分，學員們將整合課程內容，在返回各自營業部後，創建個人和專業實踐的個人計畫。將進行結業考試來強化學習並作為結業資質。

當買家成為客戶

在結尾部分，學員們將回顧課程內容，為各自後續發展過程採取具體行動步驟，完成課後專案工作計畫。

