

**巅峰对决**  
**深度体验**

**STA工程**

**趸转期（STA）工程系列课程之巅峰对决深度体验**

# 概述

---

此课程承接《弯道超车，转保助力》，紧扣趸转期的主题，以其全流程四阶十二步为主线，为学员们创造了一次跌宕起伏，身临其境的销售全过程体验。

为增强授课效果，提升学员的参与度，课程全部以选择的方式展现，参训学员分小组，共同面对问题与挑战。在众多情况与纷繁的选择中，体会服务营销的精髓，感受保险事业的艰辛与魅力，找到适合自己的展业方法，助力期交业务的提升。

# 走进服务营销

# 体验价值乐趣

服务营销深度体验课程，即将开始！

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

01

2016年4月份，公司为了打好期交转型之战，开始大力推动服务营销，并下发了第一批客户资料供您进行开发。当您拿到这批宝贵的客户资料（对账单等）时，心中充满异样的欣喜。但在上机查询之前，您遇到了一个问题：如此多的客户，应该按照什么标准进行排序呢？

A，金额

B，险种

★ C，地址或网点

D，性别

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

## 02

当您分好类以后，开始上机查询客户的具体情况。为了综合方便，高效，专业，便于查询等诸多因素，您认为如何记录查询结果最好？

- ★ A，制作自己认为方便的表格，把查询结果纪录在表格上
- B，直接把查询结果写在客户资料上（对账单等）
- C，直接利用公司给出的客户登记表格纪录查询结果
- D，有侧重点的把大额客户纪录在本上，小金额的不予重视

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交


售后服务

**03** 系统里客户的信息很多，您意识到必须要对数据进行筛选，记录您认为有用的信息是很重要的。那么哪些数据是应该出现在自制表格中的，或者是应该纪录下来的？

A，姓名、性别、保单号、身份证号、地址、联系方式、险种、金额

B，姓名、被保险人、保单号、年龄、联系方式、险种、金额、承保日期、出单网点

C，姓名、性别、保单号、年龄、身份证号、地址、联系方式、险种、承保日期、金额、出单网点、邮编、当时的销售人员

 D，姓名、性别、保单号、年龄、地址、生分证号、联系方式、险种、承保日期、金额、出单网点

# 客户情况

---

姓名：王淑琴

性别：女

年龄：57岁

住址：距离网点25分钟路程

距离公司职场1小时路程

其他：老伴张先生59岁，在家照看孙子，孙子3岁

已购产品：

2014年12月份，财富一号C款20万

转保产品：

富贵竹

银行渠道：农行

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

**04** 确认客户情况后，您准备给客户打电话预约见面的相关事宜。假如全天都可以约访，您会在什么时间段给客户打约访电话

A，上午10:00左右

B，中午12:00左右

★ C，下午3:30左右

D，晚上5:30左右

E，晚上7:30左右



# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

05

电话接通了，里面却传来了一个较为年轻的女子声音，为了确认对方身份，避免客户信息的外泄引起纠纷，您应怎样称呼对方最合适？

A，王女士

B，王阿姨

C，王淑琴

★ D，王淑琴女士

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

06

确认了对方就是王淑琴女士，接下来需要核实其他的基本信息了。您觉得下面哪些信息是需要和客户进行进一步核实的？

- ★ A，承保日期、投保险种、投保金额、出单网点、家庭住址
- B，承保日期、投保险种、投保金额、出单网点、家庭住址、身份证号
- C，承保日期、投保险种、产品预定收益、出单网点、家庭住址、身份证号
- D，承保日期、投保险种、投保金额、出被保险人姓名、家庭住址、身份证号

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

**07** 基本信息核实完毕后，为了能成功的将她约到网点（或公司），您觉得下面哪种沟通会比较有效？

- ★ A，为了让您更好的了解到期收益，并能够高效的为您办理给付手续，请您到网点（或公司）来
- B，网点（或公司）给到期客户准备了礼品，您来办理给付手续的时候一并给您
- C，您的产品到期了，需要到网点（或公司）办理给付手续，您有必要来一趟
- D，为了让您更好的了解到期收益，并能够高效的为您办理给付手续，请您到网点（或公司）来，顺便给您再介绍一款更好的理财产品

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

08

在约访过程中，王女士表示不是很愿意来网点（或公司），给出的原因是：天气太热；家里有小孩，离不开；路有点远等，面对如此多的问题，您应该怎么做？

A，正确的判断出客户不来的理由都是借口，继续强调来网点（或公司）办理业务的重要性，坚持要求其前来

B，正确的判断出客户不来的理由都是借口，逐一解决并要求其来

★ C，对客户所找理由表示认同和理解，劝其克服一下，强调其来网点（或公司）办理的好处

D，服务至上，尊重客户意见，放弃邀约到网点（或公司），改为上门服务。

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

09

听着王女士在电话中再三推诿，您有些小郁闷。并在心里盘算，再努力试试看，若王女士仍表示不想与您见面，且不需要提供其他服务，您准备.....

- ★ A，礼貌结束，并告知客户以后有事可以再联系，愿意竭诚为客户提供服务，并发信息告知客户自己的电话及工号。
- B，认同礼貌挂断，不是所有的客户都可以预约成功，调整状态，约下一个。
- C，客户资料来之不易，不能轻易放弃，成功往往来自放弃前的最后一次坚持。
- D，告知客户不办理手续的严重后果，利诱与吓唬双管齐下。

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

## 10

虽然您以做好邀约不成功的最坏打算，但在一番坚持后，客户还是同意来网点接受相关服务。庆幸之余，对一些客户应该提前知道的信息（如**业务员姓名、工号、公司地址、约见时间、乘车路线**等），您应选择什么方式传达给客户呢？

A，电话里耐心告知客户，让其认真拿纸笔记录

B，直接给客户发信息

★ C，让其用纸笔记录后，再发信息

D，为避免客户忘记，或丢失记录或信息，于第二天提前通知客户

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

## 11

当挂断电话后，您回忆整个邀约过程，发现有三个地方自己处理是不得当的。第一个是：当客户对您所提出的关于老产品的相关服务比较感兴趣，并对服务内容以及产品本身提出一些疑问时，您当时的回答是不合适的。思之再三，您觉得如何做才是正确的呢？

A，耐心、专业的逐一解答客户疑问，为客户留下良好的印象

★ B，有侧重点的回答，而不是全部解释

C，基本不做出回答，并告知客户这些问题当面解答会更好

D，不论客户的问题是否涉及到，都要将服务的相关环节全部讲给客户听，让她知悉

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

## 12

第二个不得当的地方是：当客户同意来网点办理业务，你们在约见服务时间时，您犯了个较为常见的错误。您认为以下哪种方法才是正确的？

A，给客户专业感觉和创造紧迫感，让客户重视，和客户明确确定见面时间

B，为了方便客户，不给客户太多的束缚感和强势的压力，不要求约见的具体时间点，只规定出一个较宽泛的时间（上午或下午）

C，以B为主，以A为辅

★ D，以A为主，以B为辅

E，让客户自己选择时间



# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

**13** 第三个不得当的地方是：在约访中，若客户未主动问起是否有无新产品的问题时，您当初处理得不好。那么，正确的处理方式应该是什么样呢？

A，很自信、很详细的做新产品的介绍和讲解工作

B，对新产品只字不提

★ C，做简单的介绍和包装，为客户到来后的销售做好铺垫

D，提不提都可以，主要是要根据当时的实际需要

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

## 14

和客户约定的时间已经过了，但客户还是迟迟没有到来。打电话询问后得知，客户还是嫌路远，怕麻烦，不想去，并表示希望您可以上门服务，今天她都有时间，否则就算了。本着为客户服务的原则，您同意了。在出发前您需要做哪些准备？确认带好哪些东西？

A，电话确认、正装、对账单等宣传资料、纸笔、投保书一份、计算器等、见面礼物

B，电话确认、正装、鞋套、纸笔、投保书多份、见面礼物

★ C，电话确认、鞋套、职业装、对账单等宣传资料、纸笔、投保书多份、计算器

D，鞋套、职业装、对账单等宣传资料、纸笔、投保书多份、计算器、见面礼物

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

15

准备好东西，风尘仆仆的来到客户家楼下，为了使整个接洽顺利，您知道有一件很重要的事是必须要做的，那么它是什么呢？

A，整理好着装，给客户留下良好的第一印象

★ B，电话确认客户现在是否方便接待我们，不要冒昧的上门

C，检查并准备好一会需要出示给客户的所有东西

D，不要着急上门，把预先想好的问题和流程回顾一下，不打无准备之仗。

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

## 16

刚刚挂断电话，手机再次响起，是您的一位同事。接通电话后，她问了您这样一个问题：她有个优质客户，因为上班，只能在单位接受服务，她担心客户单位环境复杂，不知道选择什么样的环境沟通会比较好，想听一下您的建议。于是您告诉她……

- ★ A，到人少或较为清静的地方进行沟通
- B，员工较多的开放式办公区，顺便向他的同事们一同宣传公司及产品，有利于转介绍的客户开发
- C，不要有心理压力，工位上就可以，自信的进行沟通，这很重要
- D，公司楼下的咖啡厅或麦当劳等可以聊天的地方

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

**17** 再次挂断电话，您长出了一口气，调整了一下心情，将手机调至静音状态，最后检查了一遍资料并整理了一下衣装，走入电梯。当敲开客户家门后，您应该怎么做？

A，核对王女士身份，出示收益报告

B，寒暄赞美，说明来意

C，直接穿鞋套进屋

D，核对王女士身份，自我介绍，出示收益报告

★ E，核对王女士身份，自我介绍，示意客户屋里谈

F，核对王女士身份，自我介绍，出示收益报告，讲解并做新产品销售

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

## 18

结束了与王女士的通话，回忆着上次去她家那短暂而惨痛的经历，想起她那个淘气的小孙子，您不禁揉了揉本来不疼的头。因为这个小家伙，上次的上门服务全面失败，王女士也只能选择来网点（或公司）办理。还有5分钟左右她就要到了，上一位客户已经服务完毕，手头没有什么事，那么此时您应该如何做？

A，整理一下桌面和手头的工具与折页，找出客户的对账单和资料，根据产品特点，再次认真思考自己接下来的销售思路

★ B，整理着装，到楼下等候并迎接客户

C，到接访室门口等待，销售工作也要不卑不亢

D，很自信的在座位上静候客户到来，给客户一种理财经理很优秀很忙的感觉，让客户产生珍惜此次接洽机会的心理

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

## 19

当您在门口接到王女士，将她引入洽谈区或理财室时，王女士却突然表示出对产品（或服务）的不满，并开始抱怨，且有可能愈演愈烈时，面对此突发事件，您应该怎么做？

A，与客户理论，试图说服客户接受我们的观点

B，什么也不说，任由客户发泄，待客户情绪好转再引入洽谈区

C，让客户保持安静，告诉客户不要影响其他人

★ D，表示认可，并适当解释，并把客户引到其他地方，远离洽谈区

E，认可不反驳，并快速将客户引入洽谈区，寻求有经验的员工或主任、行长帮助处理，避免因处理不当而形成客户投诉

F，直接将客户带到领导办公室，由领导出面解决

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

## 20

简单沟通后，王女士发现是她搞错了，那款让她愤怒异常的产品竟然不是华夏的。这样的插曲和危机不禁让您脸上挂满了黑线。快速调整后，您把王女士接到接访室，并落座，为更加体现和突出我们服务的周到，要做的第一件事是什么？

- ★ A，问客户喝什么温度的水，并给客户倒上
- B，用一两句简略的话介绍职场和周围环境，让客户安心
- C，再次和客户互相进行身份验证
- D，双手递上装有收益报告的信封，告知客户先自行简单阅读，并微笑等待



# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

**21** 考虑到已经见过一面，并打过几通电话，那么，在沟通正式内容前，您认为有没有必要再和王女士聊些别的？如果有必要，应该聊些什么？聊多久比较合适？

A，不聊与老产品无关的内容，刻意的套近乎会让客户反感，降低专业度，所以直接进入收益讲解的主题，客户时间宝贵，不容浪费。

★ B，有目的的问一些与主题看似无关的话题，有意识的收集客户信息，同时通过闲聊让客户放松，放下戒备心理，时间5分钟左右。

C，发现并放大客户的优点，赞美寒暄，拜年话不断，笑脸迎客人。

D，家长里短，天南海北，聊到客户高兴，恨不得不讲老产品和收益情况，直接转保做新单为止。

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

**22** 简单的闲谈过后，你们进入了正题，开始讲解老产品。您认为老产品收益和保险责任的讲解目的是什么？

A，让客户体会专业周到的服务，通过优质服务驱动客户购买意向

★ B，对客户负责，让客户了解产品，从而了解公司，为接下来的销售做铺垫

C，通过热情专业的讲解，体现出我们的水平，自我展示是很重要的一个环节，可以建立自信心

D，解答客户关于老产品的问题

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

**23** 由于转保工作是需要客户将到达预定期限的老产品退掉，或通过新老产品对比，让客户转存新产品，所以在老产品的讲解问题上，您应该遵循的原则是？

A，贬低老产品，突出新产品

B，将老产品的好与不好很客观的告诉客户，为之后强调新产品的好做准备

C，充分的认可老产品，不能否认老产品，只有认可，才有成交

★ D，认可老产品，但还是要将其有侧重点的展现给客户，以突出新产品的优势

E，因客户而异，可以认可也可以否定，随情况需要

# 服务营销

电话邀约

售前服务

销售成交

售后服务

**24** 当得知王女士对财富一号C款的收益不是很满意时，为了使后面的转保工作仍可以顺利进行，您应该如何应对？

- ★ A，对于客户的观点表示理解，结合当下经济市场状况对5%的收益进行评价，强调保险5%以外的价值，突出保险稳中求胜的特点
- B，摆事实，举例子，驳倒客户，使其接受5%很高的观点
- C，收益问题很主观，不好解决，应该顾左右而言他，转移客户注意力，避开收益高低的话题，迅速切入新产品展示环节
- D，认可客户的观点，顺势强调新产品收益高于老产品，并进行销售促成

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/677131056011010002>