

新人的心路历程——

- 1、今天第一次见客户，有点怕**
- 2、我还没学会，不知道怎么讲**
- 3、主管没空陪，那我也不去了**
- 4、听说朋友买保险了，要是那天主管陪我去，说不定.....**

新人的成长路上离不开 主管的陪伴——

陪同训练 陪同拜访

陪同签单 陪同增员

陪同经营

陪同拜访的定义：

主管透过共同拜访，以现场示范
或指导其新人伙伴的方式，达到训练
效果并传承销售经验，最终增加新人
定着率和创造好绩效的行销过程。

主管陪访的意义——

1. 增强新人销售信心
2. 了解新人问题所在
3. 提升新人销售技能
4. 建立新人销售习惯
5. 树立主管管理威信
6. 塑造团队凝聚能力

主管陪访常见的心态

- **一定**要成功做出业绩
- 陪同展业变成一次**表演**
- 主管**本身**恐惧，怕出洋相.....

从来没有100%正确的销售行为

陪访更是如此

陪访误区——

- 1、无任何要求和原则，随意陪访
- 2、怕没促成丢面子，找借口推辞
- 3、怕浪费自己时间，不愿意陪访
- 4、让新人独立成长，没必要陪访

陪访的本质

就是一次训练

陪访的时机——

- 1. 组员对销售没有概念时**
- 2. 组员对技能使用不熟练时**
- 3. 组员在销售中老不出成果时**
- 4. 遇到特殊情况，需要配合时**

陪访对象的原则

□出勤正常

□客户档案完整

□有详实的活动日志填写

□提前预约

陪访的三个类型：

□我做你看（示范为主）

□你做我看（观察为主）

□你做我做（协作为主）

示范陪访的目的

- 主管展示专业化的流程
- 在实战中有效辅导组员
- 在客户面前展示公司形象
- 树立在属员心中的威信

观察陪访的目的

- 了解属员选择客户是否妥当
- 了解属员专业化流程是否缺失
- 了解属员是否熟悉产品
- 了解属员收集客户资料的能力
- 了解属员分析客户需求的能力
- 了解属员拜访效率的高低

协作陪访的目的

- 充分开发新人客户资源**
- 现场帮助直接促成客户**
- 准确分析客户需求扩大成交**
- 帮助树立新人展业信心**
- 及时指导和传承经验**

示范式陪访与观察式陪访的 PESOS设计

成功协作式陪访的操作细节：

□陪访前（充分准备）

□陪访中（充分配合）

□陪访后（充分评估）

Case 4

- 新人的一个同学，男44岁，女40岁，儿子15岁，夫妻俩开一个服装厂，主要接外贸订单为主，年产值1个亿，一直很安稳
- 最近这两年开工率下降，劳动力成本上升，外贸订单减少，夫妻俩为此有些不安
- 对保险没有太多接触，一直都没有买过保险。孩子逐渐长大，希望能给孩子一个很好的国外教育，未来能接班企业。曾经同学会见过面，告知在做保险。希望能主管陪访。

Case4 研讨发表

陪访前应做哪些准备？ 如何准备？

陪访前（充分准备） 1/2

- 1、树立信心，肯定能力。**
- 2、明确陪访类型和目的**
- 3、了解客户资料及前期拜访情况**
- 4、共同需求分析确定拟推荐产品、保额、保费、被保险人等策略**

陪访前（充分准备） 2/2

- 5、预想客户可能的拒绝和应对逻辑**
- 6、确定第一计划和后备计划**
- 7、制定开门话术、介绍话术、所需配合点**
- 8、资料准备、预演未来、示范讲解。**
- 9、邀约客户确定陪访时间、地点**
- 10、鼓励新人并适当心理建设**

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/878034054013006042>