

对于保险营销，我们多少都有所接触，成功的销售保险业务，一定要有娴熟的保险营销技巧。那么对于银行保险营销技巧，从事此行业的你能总结多少呢？以下为您提供资料参考。

渐进式营销是按照一定步骤和一定的方法引导客户，发现客户的潜在需求，通过自己专业化的营销理念销售产品的销售方式。

目前国内银行保险的销售模式普遍是以各家保险公司的客户经理蹲点销售。银行柜员配合为主导，在这种银行网点1对2，甚至1对多家保险公司的情况下，作为直接维护网点的银保客户经理，个人的营销能力显得尤为重要。

作为银保客户经理虽然最终的目的以销售所在公司的保险产品，达成公司业绩目标为第一使命和职责，但是同时他们也是在银行网点的直接经营者，所以他们的定位不仅仅是保险营销员，而是银行的一名“大堂经理”或者“理财经理”。定位的准确性对于在以后的网点经营中起着至关重要的作用。

下面简单介绍一下，银行保险渐进式销售技巧的几个步骤

第一，引导客户，增加接触机会。

作为客户，每人进入网点都是有警觉性，如果直接上去介绍产品，客户会有抵触，而且会很反感，因为你是推销，任何人，任何客户都会反感推销。所以我们定位于银行工作人员给客户指引，帮助客户填写单子，解答客户提出的银行业务的疑问，才能更好的接近客户，引导客户，减少客户的警觉性，为我们后面切入产品的销售打下一个良好的基础。

重点：做为渐进式销售的第一个环节在于引导客户，而并不是急于介绍的产品，因为客户的需求你还没有了解。在这个环节我们需要把握的

是主动，热情，自信的去对待每一个进入网点的客户。

第二，感觉与事情的发现。

感觉与事实的发现其实理解起来很简单，就是通过自己的询问引导发现客户的潜在需求点，通过询问掌握客户的需求点，多站在客户的角度上分析问题，清楚掌握客户的心理特点。这一步也不要急于的销售产品，而在于多问少说。



重点：询问式引导，了解客户需求，掌握客户心理特点，了解客户的忧虑。

第三，针对客户需求点，有针对性讲解产品特点。

客户的需求通过我们引导已经发现，在这个环节需要围绕客户的需求去讲解我们产品相对应的特点。

举例：

比如一个客户，他对目前银行的储蓄频繁加息很苦恼，那我们就围绕我们产品通过每年分红给客户解决银行加息客户所带来的收益损失去讲解，而并不是把我们产品的优点都告诉客户，因为客户最关心的是他买了这款产品能不能给他解决目前存在的问题，这款产品可能很好，但并不是客户需要的。所以要针对客户的需求和疑虑去讲解我们产品相对应的特点。关键在于把握客户的心理需求。

重点：

保险因为是无形产品，客户是看不到摸不着的，所以在销售过程中，要给客户假设购买产品以后解决了子女教育，父母养老等诸多问题，在于给客户描绘购买产品以后有一个美好的未来，极大刺激客户的内心需求，形成共鸣。

#### 第四，答疑

客户对产品有了足够的兴趣，肯定会有很多的疑问，这说明客户已经被产品的特点所吸引，在处理客户疑问情况时，注意和切忌的是一问一答式，回答客户的疑问时多引导客户，避免过多的被客户绕进产品问题的死胡同。答疑后再强调一下产品的收益和优点，让客户再次产生购买产品的欲望和决心。

#### 第五，促成说明

对客户的疑问进行了很好的处理以后，客户在犹豫思考时就是我们进行促成的最佳时机。促成在于把握客户的心理特点，把握时机。这时候要主动拿出投保单，询问客户有没有带身份证件，我们需要给客户下一个购买的决心，我们需要给客户找一个购买产品的理由。这个在于前期对客户心理特点的把握，找到突破口。

#### 第六，产品说明书的讲解

产品说明书的讲解围绕先讲产品的特点和优点，以及认为客户非常感兴趣的地方，再去讲产品的投资费用，以及产品年限等问题。我们的目的是让客户清楚了解购买了一款什么样的产品，而且这款产品是非常好的，需要细节讲解的把握。

重点：先讲收益，后讲费用，再强调收益。

#### 第七，客户服务

客户购买产品以后并不是销售的结束，而是销售的开始，在这里我们

把自己的联系方式留给客户，并发送信息到客户手机，目的是让客户

第一时间对产品有疑问的时候能够联系到我，尽量降低因为对产品有

疑问产生的退单。而且定期和客户保持一种联系，我们要和客户建立的是一种理财关系，并不单纯是销售一单保险产品，这样对于后期客户再次购买产品奠定好的客户服务基础。

重点：客户生日，重要节假日给客户发送祝福短信。

产品收益非常不错的时候给客户发送信息，让客户清楚知道自己购买产品的收益非常不错会再次刺激客户二次购买的欲望。

通过理财关系的建立，客户会给你带来很多客户群体，前提是有好的客户服务作为基础。