

《拓展增员新思维 打开增员新渠道——建立有效的财富盈利模式》课程大纲

一、课程背景

组织发展有三难，增员难、育成难、留存难。

难的根源，既有客观因素，也有主观因素。但时代的变迁、环境的变化，如果还是沿袭原有的思维模式，我们就会陷入误区。

为什么要增员？

如何做增员？

到底增员谁？

只有重新梳理，更新观念，坚定信心，才能激发的动力；拓展新思维，打开新渠道，才能强化增员的效果。

本套课程是针对性的设计，一是消除增员困惑，二是坚定组织发展的信心，三是拓展增员的思维模式，对于增员者不仅能够起到指点迷津、提升技能的效果，还有具体的方式方法实现落地。

二、课程对象

主管、准主管

三、课程目标

- 1、建立正确的财富盈利模式思维方向
- 2、改变传统的增员模式
- 3、拓展增员新渠道，打开增员新思维

五、课程收益

- 1、明晰了科学有效的财富盈利模式

- 2、掌握增员沟通的方式与方法
- 3、熟练增员技能，提升专业化能力

六、课程大纲

点燃思考：医生与小商贩的对话

——你所看到的，不一定是真实的！

优秀主管的五个要素：方向、定位、格局、激情、方法

第一讲：为什么要增员——打造财富渠道，建立有效的盈利模式

引言：两个老板的不同选择

（一）改变自己，打通多元渠道

- 1、创造财富的本质与三种盈利模式
- 2、不同的销售渠道，带来不同的销售结果
- 3、最有价值的盈利模式——组织渠道
- 4、建立正确的财富思维

（二）组织发展，最有价值的财富盈利模式

- 1、组织发展的内涵
- 2、认清三个现实
- 3、终端为王——共建共享

（三）组织发展的五大驱动力

- 1、收入模式的转变——多元化
- 2、个人能力的转变——职业化
- 3、经营角色的转变——教练化
- 4、人生目标的转变——长期化

5、自身价值的转变——社会化

第二讲：怎么做增员——优化增员流程，设计高效的增员策略

引言：你是否有过这样的经历？

——医生的无敌营销术

(一) 建立正确的增员认知

1、增员是一个过程（招募、育成、留存）

2、增什么人很重要（向上增员，能力强、接受好、易培养，有价值的人：有资源、有情商、有悟性、有文化、有行动、有野心）

3、增员的本质就是营销的本质

4、增员是常态化工作

(二) 改变增员思维，走出增员误区

1、走出传统的模式（专职队伍、高学历、无工作的人群、单一的利益导向、缺少温度的引导）

2、他为什么不和你来做保险（不了解、不信任、不舍得）

3、站在对方的角度，让他感受到从业的价值（保险的优势：人脉变现、收入多元、资源链接）

4、改变自己的角色——做一名优秀的人生导师与教练

5、做好充分的准备——如何让杯子装更多的水？做好三个准备：操心的准备、闹心的准备、寒心的准备；秉承三颗心——热心、耐心、包容心，激情、热情、全情。

(三) 优化增员流程

1、确定增员目标——找什么人？什么人的价值最大（有资源、有能力的

中高端群体——保险意识与接受能力更好更快)

2、确定沟通内容——不同职业人群的痛点、未来职业发展的趋势（人脉变现化、收入多元化、资源链接化）、确定两个方向（共销渠道、分销渠道）

3、确定面谈流程

(三) 运用正确的增员方法

1、利益分析法

2、强势促成法

3、案例说明法（实际的案例展示）

4、危机提醒法（职业分析法）

5、价值描述法（保险营销的价值分析：多元收入、人脉变现等）

6、沙龙活动法（做调查，邀请参加活动沙龙：当前职业现状分析与正确方向的选择）

第三讲：如何强增员——完善留存方式，推动实效的育成活动

引言：一个眼镜店的破局思维——以利他的思维，转变经营角色

(一) 人员流失的三个根源

1、缺少流量——没客户

2、缺少技能——专业知识欠缺、沟通策略不强

3、缺少意愿——挣不到钱，压力倍增

认清现实：专业需要的是一个过程的积累和积淀

(二) 组织活动，加速育成

1、活动的本质——平台效应

2、活动的价值——省心、省力、省时

3、活动的方向——社交中心、活动中心、体验中心

(三) 营销活动的策划与组织

1、主题类活动——社保解读、健康管理、新品发布等

2、情感类活动——答谢会、生日会、连理会等

3、社交类活动——美食品鉴会、资源链接会、信息发布会等

(四) 构建渠道，就要操心

1、正确的角色，就要有正确的行为

2、现在不操心，以后就操心；为了不操心，现在就操心。

结语：未来已来！要么跟随时代，要么被时代淘汰