ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА РУТ (МИИТ)

ПРАВОВОЙ КОЛЛЕДЖ

РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ

Формирование потребностей в ИФЛ

Составитель: Захарова О.Н.

Рабочая тетрадь

студента дневного отделения СПО
_____

шифр_____специальность
_____

группа_____

_____
_____
(фамилия, имя, отчество)

1. ПРОДУКТ ИФЛ

Одним из важнейших направлений деятельности любой компании является работа в сфере страхования имущества как физических, так и юридических лиц.

Какими продуктовыми линейками представлено страхование имущества физических лиц в СК «Ингосстрах», СК «Росгосстрах», СК «Согласие».

Заполните сравнительную таблицу:

Название СК	квартира		дом	
	Коробочный вариант	Индивидуальный расчет	Коробочный вариант	Индивидуальный расчет
Ингосстрах				
Росгосстрах				
Согласие				

Задание:

№1. *В чем заключаются преимущества страхования ДОМ/КВАРТИРА для клиентов? (Минимум 5)*

№2. *Какие потенциальные проблемы могут быть у клиентов, если их жилье и домашнее имущество не застраховано? (Минимум 5)*

№3. *Какие исключения из страхового покрытия могут быть?*

№4. *Что можно застраховать по фиксированному расчету?*

№5. *Что можно застраховать по индивидуальному расчету?*

2. ВЫЯВЛЕНИЕ ЯВНЫХ И СКРЫТЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ СТРАХОВАТЕЛЯ

Мало кто изменит свою точку зрения, если просто выслушает чужое мнение. Трудно уговорить человека принять вашу точку зрения, особенно если решение достаточно масштабное.

Есть другой способ: куда эффективнее задавать вопросы, настраивающие покупателя на нужную волну, чем заставлять людей самих себя уговаривать.

Реальность такова, что в продажах ИФЛ у большинства наших клиентов потребность СКРЫТАЯ.

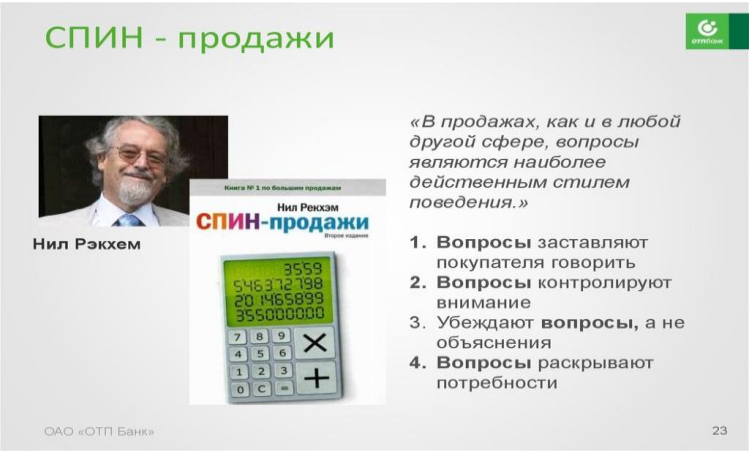
С помощью вопросов необходимо направить внимание клиента «в нужное русло». Тогда клиент все взвешивает. И тогда скрытая потребность становиться явной!

Любые вопросы можно разделить на 4 типа, какие:

1._____
2. _____
3. _____
4. _____

Определите, к какому типу относятся вопросы:

1. Хотите узнать, как защитить себя от лишних трат времени и денег за счет страховой компании?_____
2. Будете ли вы «влезать в долги», брать кредиты, чтобы найти деньги на восстановление жилья?_____
3. Слышали ли Вы сколько было у людей разных происшествий за этот месяц?_____
4. Переживаете ли вы за сохранность своей квартиры (дачи, дома)?_____



3. ПЛАНИРОВАНИЕ ВОПРОСОВ

Планирование ситуационных вопросов:

1. Определите минимум 3 вопроса, которые помогут узнать об условиях проживания клиента.

_____

_____

_____

2. Определите минимум 3 вопроса, которые помогут узнать каким имуществом обладает клиент.

_____

_____

_____

Планирование проблематизирующих вопросов:

1. Какие потенциальные проблемы могут быть у клиентов?

_____

_____

2. В чем заключаются преимущества продукта для клиентов?

_____

_____

Планирование извлекающих вопросов:

1. Запишите потенциальную проблему.

_____

2. Может ли эта проблема создать другие трудности?

_____

3. Запишите трудность и отметьте вопросы.

_____

_____

Планирование направляющих вопросов:

1. _____
2. _____
3. _____

4. ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОДУКТА ИФЛ

Существуют три инструмента презентации:

- Характеристики;
- Преимущества;
- Выгоды.

Что такое:

Характеристики продукта_____

_____

Преимущества продукта _____

_____

Выгоды _____

Алгоритм презентации:

Название пункта	Примеры фраз
характеристика	
связка	
преимущество	
выгода	

Опираясь на потребность клиента прописать презентацию на «ЯЗЫКЕ ВЫГОД»_____

_____

_____

_____

_____

_____

5. РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Способы работы с возражениями:

1 шаг _____

2 шаг_____

3 шаг_____

4 шаг_____

Примеры работы с возражениями:

Клиент: «Со мной такого не случится!»

Ваша отработка возражения:

_____

_____

_____

_____

_____