CHFP 理财规划师专业委员会
CHINESE FINANCIAL PLANNER PROFESSIONAL COMMITTEE

增额终身寿险训练营
目标客户需求唤起（上）

养老规划师考试研究中心

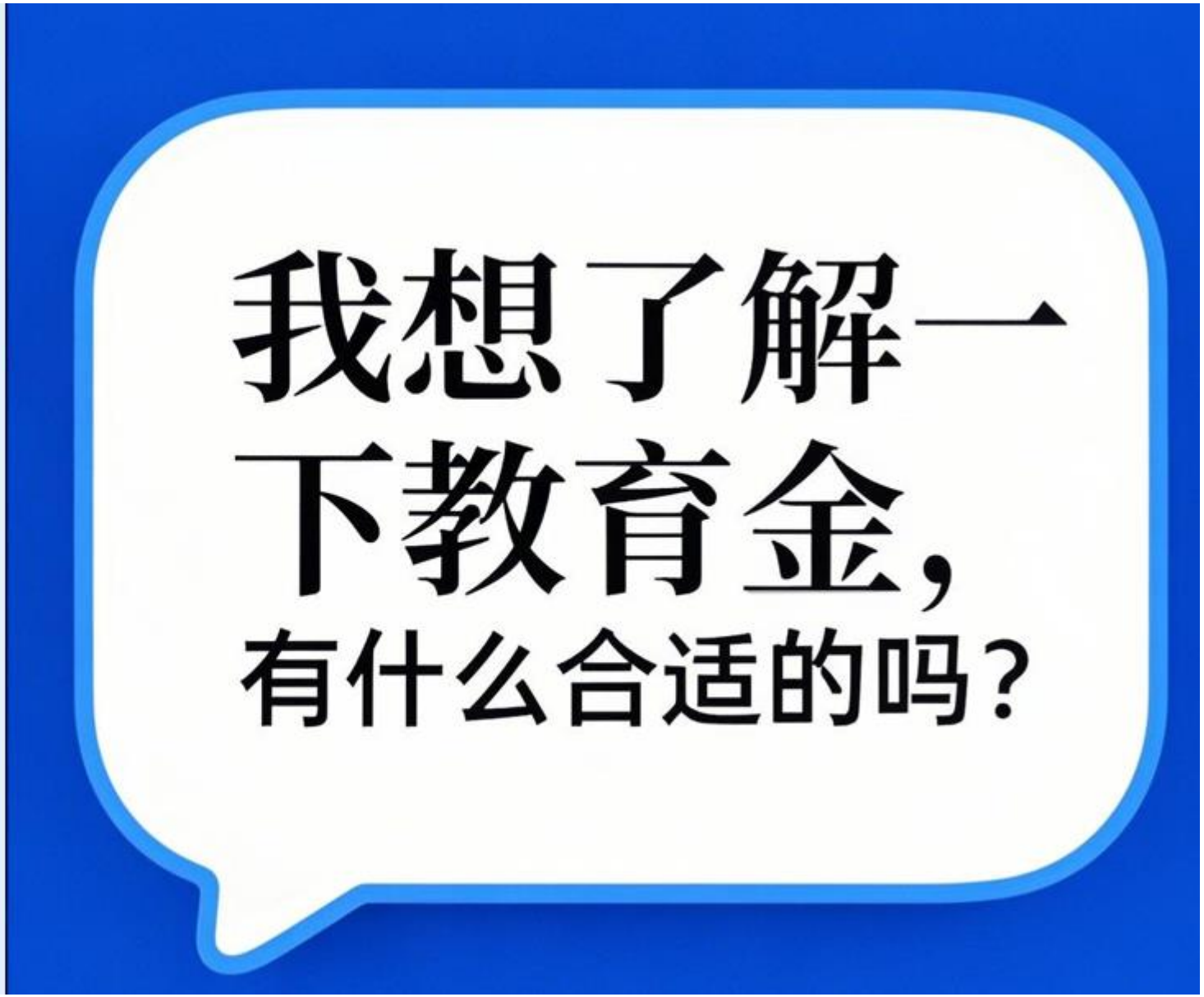
学以致用 知行合一

风和日丽的一天

微信对话框突然跳出一条信息

一起陪娃上课的妈妈给你发的

你俩经常聊天
但是没聊过保险



未成交的原因：

- 客户有需求找到我们，看完计划书，客户反而没有消息了
- 为什么是保险，不可替代的到底是什么？

- 惯性的经验和信息不足导致的认知偏差
- 对风险的片面理解
- 流动偏好与需求错位

目录 CONTENTS

01 目标客户筛选

02 需求唤起

01

目标客户筛选



为什么要做客户筛选

1

提升营销效率

核心是“有效客户数”

2

提升营销成功率

核心是“精准攻心计”



单身



有子女的中青年



丁克



中老年

大众家庭　　中产家庭　　富裕家庭

家庭构成及时期不同，财富拥有量不同，需求一定不同

FOCUS

重点关注标签

- ✓ 有灵活资金
- ✓ 关注投资理财
- ✓ 中老年
- ✓ 女性
- ✓ 家长



给钱找个目的地-两大需求

子女规划：

针对有子女的客户，预判其在子女升学、留学、兴趣培养给子女更多托举等不同方面的资金需求和规划需求。

养老规划：

根据客户年龄、收入稳定性、养老预期等，判断其对退休后生活品质保障、养老金储备等方面的需求。

两大需求



①品质教育规划
②兜底/一生无忧
③托举/给孩子选择权



①退休自主权
②稳定充足现金流
③有尊严的老年生活

子女幼小的家庭

常见客户画像

高知精英父母/全职宝妈



年龄	30-45岁
家庭	夫妻育有一个或多个子女，子女处于教育起步期
事业	家庭处于职业上升期，工作较为稳定
财富	大众及中产家庭

特征	他/她的想法	可能的需求
◻ 孩子教育、辅导班、兴趣班、学区房、私立学校关注程度 ◻ 当下承担着房贷车贷等债务 ◻ 自己身体的健康逐渐亮起红灯，工作压力大，面临中年危机 ◻ 父母年龄与日俱增，可能有大笔医疗费用支出 ◻ 每年家庭旅游、红包、住房改善等，为提高生活质量的其他支出	◻ 孩子最重要/孩子必须卷 尽可能给孩子更好的环境 ◻ 孩子健康快乐、衣食无忧 学习好不好不重要 ◻ 儿孙自有儿孙福，我先管好我自己，压力太大	◻ 教育金规划 ◻ 托底一生无忧 ◻ 退休自主权 ◻ 稳定充足现金流

子女较大的家庭

常见客户画像

中小企业主/全职太太



年龄 40-55岁

家庭 夫妻育有一个或多个子女，子女初高中及以上

事业 家庭以创业者较多，现金流不稳定

财富 中产偏富裕家庭

特征	他/她的想法	可能的需求
◻ 日常花费高、生活品质有要求 ◻ 主要收入来源有不稳定因素、企业经营有挑战 ◻ 健康状态逐渐到了“不服老不行”的时候 ◻ 子女成年或将近成年，该重点考虑自己养老 ◻ 夫妻情感有危机感	◻ 尽可能给孩子托举 ◻ 赚更多的钱 ◻ 老了以后生活品质不降低 ◻ 对医疗/养老机构有要求	◻ 托底一生无忧 ◻ 给孩子选择权 ◻ 退休自主权 ◻ 稳定充足现金流 ◻ 康养管理

中老年家庭 常见客户画像 企业主/富太太



年龄 55岁+

家庭 有一个或多个子女子女处于就业婚姻期，有第三代

事业 创业者、近退休

财富 中产及富裕家庭

特征	他/她的想法	可能的需求
□ 对子女很疼爱、隔代亲 □ 年龄与日俱增，对医疗和养老有要求 □ 财富有一定的积累	□ 财富安全、保值增值 □ 孩子婚姻、安家有选择权 □ 爱和财富一代代传递 □ 更好的养老环境和医疗资源	□ 兜底孩子一生无忧 □ 托举孩子及后代 □ 稳定充足现金流 □ 康养管理

常见客户画像

单身/丁克

单身贵族/丁克一族





年龄	35-55岁
家庭	无子女、自己或者夫妻两人生活
事业	上班族/自由职业者都可能
财富	大众及中产

特征	他/她的想法	可能的需求
□ 自己身体的健康逐渐亮起红灯，工作压力大，面临中年危机	□ 掌握退休的主动权	□ 退休自主权
□ 父母年龄与日俱增，担心父母健康状况	□ 老了以后生活品质不降低	□ 稳定充足现金流
□ 担心自己未来的养老安排	□ 对医疗/养老机构有要求	□ 康养管理
□ 特别关注较高的生活品质（定期旅游、品牌衣物、好车、舒适的生活环境等）		

02

需求唤起



需求唤起要素

Fact-Concern

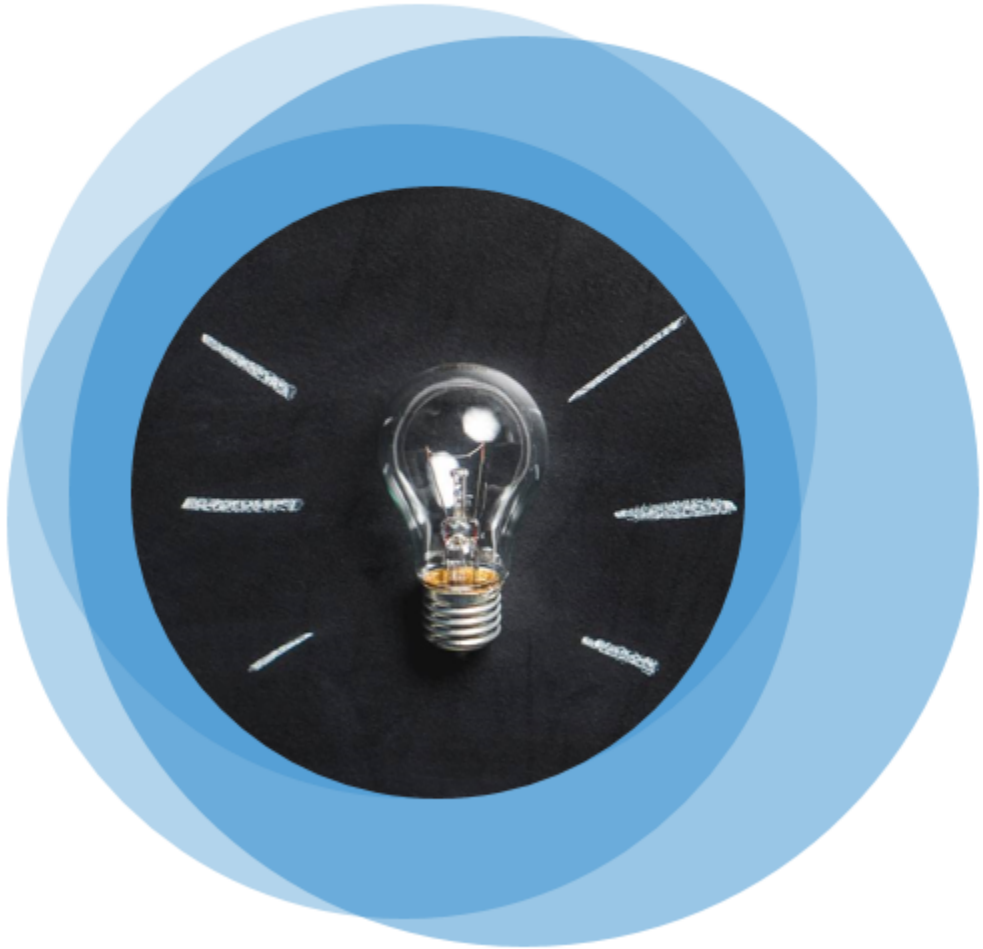
根据具体客观事实，如客户家庭结构、收入情况等，了解他关心的人和事，以及真实的看法、想法

Challenge-Pain

通过挑战性的问题和互动不断进行需求探索，挖掘客户潜在的痛点和期望

Intensify-Need

识别他在子女教育、养老规划、财富传承等方面的具体需求，最终强化需求的过程



需求识别 Fact → Concern

识别是指基于客户的KYC要点
通过理性提问及感性描述，
识别客户真正关心的部分

需求识别是精准营销的关键环节，通过各种方式深入了解客户真正关心的
是客户愿不愿意坐下来听你讲后面环节的关键

需求探索 Challenge-Pain

根据我们识别出的需求，按照探索的优先顺序，通过理性提问，新闻话题切入、感性描述、故事案例等，给到一些挑战性的思考，找到客户的痛点，识别真需求

通过与客户的对话，验证之前的需求预判是否准确。
如果客户反馈与预判一致，进入准备情况诊断环节；
若不一致，则进行需求维度切换，重新探索客户需求



感性的描述

——讲故事

深度的提问

——寻关键



感性的描述
——讲故事

- 提示：

1. 准备积累各式故事题材，尤其是客户身边的故事
2. 充分利用新闻实事



- 从“客户感受视角”出发，而非“专业建议视角”
- 用“故事”代替“说教”，用“问题”代替“结论”
- 让客户自己“发现”需求，而非被“告知”需求

两大需求

子女规划

①品质教育规划
②兜底/一生无忧
③托举/给孩子选择权

养老规划

①退休自主权
②稳定充足现金流
③有尊严养老生活

一. 切入话题（通过新闻、近期热剧、共性话题等开启无压力对话）

二. 探索识别客户真实需求

如何探索识别客户真实需求

01

「了解规划情况」

识别基础信息

02

「资金储备现状」

识别是否有意识

03

「探索风险及担忧」

抓住客户痛点

04

「我有方案」

你要不要了解?

切入话题（通过新闻、近期热剧、共性话题等开启无压力对话）

1.以「孩子」为锚点，建立情感共鸣，开启话题

2. 分享「教育相关」话题，引发共鸣，结合社会热点或数据（提前准备本地教育成本案例）：

LP： 孩子真的是太费钱了“最近刷到新闻，北京/上海重点高中的国际部一年学费25万，加上留学预科，从高中到本科至少准备150万。

3.比如像近几年几部教育题材热剧《小别离》《小欢喜》《小舍得》《少年派》《陪读妈妈》等都是关于鸡娃、散养娃，出国陪读，各种不同家庭对孩子不同的方式，亲子关系和“望子成龙望女成凤”的平衡开启话题

01 了解规划情况 02 资金储备现状 03 探索风险及担忧 04 我有方案

第一步：识别基础信息（几个孩子、教育及给孩子投入情况、是否出国、是否买过保险）

①✓ 若孩子学龄前（0-6岁）：

你们家宝宝画的真好，你们很小就开始画画了吗？还报了什么课程

✓ 若孩子学龄期（7-15岁）：

您家孩子除了在学英语，是不是也还报了其他的课外辅导？文化课多还是兴趣班多？

✓ 若孩子青春期（16+）：

孩子马上高考了，竞争压力真大，我听说现在的孩子都要请一对一家教老师，一节课一两千，你们请了吗？

②家里就这一个小孩吗？以后孩子打算走什么路线？公立还是私立？

③您是否考虑过让孩子出国深造？如果考虑过，您觉得高中阶段出去还是大学阶段出去更好呢？

④给孩子买过保险吗？买过哪些保险？

第二步：识别是否有资金储蓄意识

按照您的规划，孩子将来得花不少钱？你有提前给孩子做一些准备吗？比如提前准备教育金？

客户：准备了or没准备（了解一下为什么没存）

（准备了）

您考虑得真周到，现在就开始为孩子的教育费用做准备。您为什么这么早就有意识给孩子提前做好规划？

您现在是怎么为孩子的教育存钱的呀？是把钱放在银行，还是购买了一些理财产品或者保险产品呢？”

您是将这笔钱单独存放，还是与其他家庭开支混在一起呢？

您觉得准备的够吗？在您考虑孩子的教育规划时，最担心的问题是什么？比如教育费用不断上涨，或者孩子在教育过程中出现一些意外情况呢？

第二步：识别识别没有任何准备的客户的想法

按照您的规划，孩子将来得花不少钱？你有提前给孩子做一些准备吗？比如提前准备教育金？

客户：准备了or没准备

（没准备）--了解一下为什么没准备

【讲故事】 不知道您看过《极限挑战》有一期《人生起跑线》，用温柔又残酷的方式告诉我们，父母对孩子的支持有多重要。在上海的一个中学里拍的，孩子一开始站在同一起跑线，黄渤孙红雷他们每人一个问题，回答“是”可以往前跑一格，你的父母是否有高等学历、是否为你请过一对一的家教？是否让你持续学习功课外的一门特长且目前还保持一定水准？你的父母是否让你拥有过一次出国旅行？从小到大你是不是父母心中的骄傲，他们是否一直在亲朋面前夸奖你？几道问题问完，最终有一位女孩站到了最前，但仍有四位同学留在了起点。从开始到结束，旁边的同学一个个跨步前行，而只剩他们几个一步没有动，只能呆呆的站着。

【深度提问】如果你的孩子也是这些同学其中的一个，那个时刻的内心会思考些什么？又能思考些什么？

【深度提问】如果您是坐在台上的爸妈，我们的孩子在各种教育阶段，希望得到您的支持，您是否能拍着胸脯和孩子说：你尽管努力，爸爸/妈妈给你做坚强的后盾。

第二步：识别识别没有任何准备的客户的想法

按照您的规划，孩子将来得花不少钱？你有提前给孩子做一些准备吗？比如提前准备教育金？

客户：准备了or没准备

（没准备）--了解一下为什么没准备

低门槛行动建议

其实教育金规划不用一步到位，我们可以先从每月固定存入一小笔钱开始。比如，您可以每月存入500-1000元左右到专门的教育金账户中，这样既不会给家庭带来太大的经济压力，又能养成良好的储蓄习惯，为孩子的教育储备一份资金。

一份专业科学的教育金规划可以帮助您全面管控风险，为孩子的教育提供坚实的保障。不管您目前是否已经开始为孩子的教育做准备，我都建议您可以花几分钟了解一下相关的规划知识和产品。这样您可以更好地为孩子的未来着想，让他在教育的道路上更加顺利地前行。

第三步：抓住客户担忧-为什么是保险做铺垫

1. 场景一：教育费用储备不足

如果孩子在高中阶段突然想要参加一个国际交流项目，需要支付一笔不小的费用，而您的教育金储备不够，您会如何解决这个问题呢？

【讲故事】我有个朋友，她家孩子现在正读初中。所以没有提前做好充分的准备。结果现在孩子想报考一个重点高中，需要额外支付一笔高额的择校费，这让她家陷入了经济困境。她只能四处借钱，才能凑齐这笔费用，整个家庭的生活质量都受到了很大的影响。

如果孩子未来想要更改教育路径，比如想出国留学，或者从考入一所重点私立学校，您能否提供相应的资金支持呢？

【讲故事】前几年，我有个朋友读金融专业，做投资非常擅长，但是最痛恨科技股。你猜为什么？这是因为，父亲在他即将出国的时候，把这笔钱拿去买科技股，结果这笔钱在他最需要的时候拿不出来。他只能遗憾的留在国内。虽然现在也发展的不错，但是仍然成为他人生的遗憾。

第三步：抓住客户担忧-为什么是保险做铺垫

2. 场景二：家庭收入中断

如果家庭的主要经济来源突然中断，比如失业或者生意失败，您是否能够继续为孩子的教育提供足够的资金支持呢？

【讲故事】我们公司前段时间来了一个人，面试她时分享，她之前是抗保分子，谁和她说保险她就拉黑，后面为什么还要主动来保险公司学保险卖保险，是因为她单位的老板，外企全球排名靠前的收入很可观的市场总监，妻子全职太太，两个双胞胎小孩读国际学校，住别墅，收入高花费更高，突然胰腺癌，公司保险就30万重疾，公司群里都炸了，大家都开始研究自己保险，后面人还是走了，活着的时候把所有的爱给了孩子和太太，走的时候留了一大笔债，太太开始卖别墅，搬到了郊区，孩子也转到普通的公立小学。

3.场景三：资金挪用风险

如果家庭突然需要一大笔钱，比如买房、买车治病等，您会动用孩子的教育储备金吗？还是希望这笔钱绝对不能动？

【讲故事】之前有个妈妈就跟我吐槽，和老公吵架，给孩子准备的钱经常拿出去做企业流动，后面企业遇到风险，这笔钱过了很长时间都没回来，她担心的不行。就找我看看有没有更好的办法。

这些风险您更担心哪方面？



THANKS!

感　　谢　　聆　　听