



NHAN EDU
GROW YOUR VALUES



Chương Trình Đào Tạo

TIẾP CẬN & CHINH PHỤC KHÁCH HÀNG TRẺ (#MILLENNIALS/#GenY)

TỔNG QUAN CHƯƠNG TRÌNH

#Millennials hay còn gọi là thế hệ Y – những người sinh ra trong khoảng thời gian từ 1980 đến cuối năm 1995 (thế hệ 8x-9x).

Millennials chiếm 30% dân số của Việt Nam, tương đương với khoảng 27 triệu người. Trong khi họ cần thêm nhiều năm nữa để thật sự trưởng thành, thì chính thế hệ này đã và đang có một tác động đáng kể đến cảnh quan người tiêu dùng và lực lượng lao động tại thị trường này.

Millennial là một thế hệ có nhiều mong muốn như sự cân bằng hơn, lối sống lành mạnh, và họ muốn được có thêm nhiều thông tin về công ty, sản phẩm và tập quán kinh doanh. Họ cũng mong đợi sản phẩm có thể phục vụ nhiều hơn cho họ và cho cộng đồng của họ. Họ nổi trội trong một thế giới có nhịp độ nhanh đòi hỏi một lối sống luôn vận động. Họ coi trọng, thậm chí yêu cầu sự kết nối, tính thuận tiện, và các tùy chọn cho phép họ được kiểm soát. Những giá trị cốt lõi và đặc điểm này sẽ có ảnh hưởng quan trọng và điều khiển cách thế hệ Millennial suy nghĩ, cách họ chi tiêu, sống, làm việc và hành động trong suốt cuộc đời họ.

Bởi vì Millennials không ở đỉnh cao thu nhập tiềm năng vì vậy sự ra đi của họ sẽ là thảm họa tài chính cho những người thân yêu còn sống - đặc biệt nếu họ là bố mẹ đơn thân. Nếu họ chết, con cái sẽ không có nguồn thu nhập từ những bố/mẹ khác để lại. Thậm chí khi họ đã kết hôn, việc thay thế thu nhập từ hợp đồng bảo hiểm nhân thọ có thể rất quan trọng nếu người vợ/chồng kiếm được nhiều tiền hơn người kia.

Là một chuyên gia bảo hiểm nhân thọ, bạn đang bán sự an tâm. Tuy nhiên, với chính sách bảo hiểm nhân thọ không có sự thỏa mãn tức thời hoặc phần thưởng - điều mà Millennials đã mong đợi ở một thế giới nơi họ có thể có được những gì họ muốn chỉ bằng một cú nhấp chuột trên điện thoại của họ. Theo nghiên cứu được thực hiện bởi Vertafore, một nhà cung cấp công nghệ bảo hiểm của Mỹ, đã phát hiện ra rằng Millennials thích đi du lịch, thưởng thức các món ăn ngon hoặc mua điện thoại di động hơn là mua bảo hiểm nhân thọ. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng trong khi phần lớn Millennials tin rằng bảo hiểm là phức tạp và đắt đỏ, thì hơn ba phần tư biết rằng sẽ cuộc sống sẽ rất rủi ro nếu không có bảo hiểm.

Những giá trị và đặc điểm cốt lõi này sẽ gây ảnh hưởng và làm thay đổi cách Millennials suy nghĩ, chi tiêu, sống, làm việc và hành động trong suốt cuộc đời của họ.

MỤC TIÊU CHƯƠNG TRÌNH

Khi hoàn tất khoá học này, người học sẽ có thể:

- Nhận biết các đặc điểm tạo nên sự khác biệt của #Millennials so với các thế hệ khác.
- Hiểu rõ quan điểm của #Millennials về bảo hiểm nhân thọ & Cách họ ra quyết định tham gia BHNT như thế nào.
- Nắm vững những điều cần làm để tiếp cận nhóm khách hàng thuộc thế hệ #Millennials.
- Phân tích 4 loại khách hàng chính của thế hệ Millennials và cách chinh phục từng đối tượng khách hàng.
- Thực hành 10 cách dễ dàng để tạo ra khách hàng tiềm năng và tăng tỷ lệ chốt hợp đồng.
- Tự tin xử lý những lời từ chối phổ biến nhất của thế hệ #Millennials.

PHƯƠNG PHÁP ĐÀO TẠO

Thời lượng: 02 ngày



Thuyết giảng

Thảo luận nhóm,
thuyết trình

Thực hành,
đổi luyện

Bài tập
tình huống

Hoạt động
tập thể

ĐỐI TƯỢNG HỌC VIÊN

- Tư vấn viên chuyên nghiệp, mong muốn tiếp cận hiệu quả hơn nhóm khách hàng Millennials.
- Trưởng Ban, Trưởng Nhóm cần huấn luyện, kèm cặp hiệu quả hơn đội ngũ trong việc chinh phục phân khúc khách hàng trẻ tuổi.
- Các cấp quản lý trong ngành BHNT.

NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH

Phần 1: Những điều cần biết về nhóm khách hàng #Millennials (WHY)

- Millennials là ai? Tiềm năng của nhóm khách hàng này.
- Các đặc điểm tạo nên sự khác biệt của họ so với các thế hệ khác.
- Quan điểm của Millennials về bảo hiểm nhân thọ & Cách họ ra quyết định tham gia BHNT.

Phần 2: Những kĩ năng cần thiết để tiếp cận hiệu quả thế hệ Millennials (WHAT)

- 10 lời khuyên hữu ích để tiếp cận khách hàng thuộc thế hệ Millennials.
- 5 điều cần làm dành cho các đại lý bảo hiểm đang cố gắng tiếp cận thế hệ Millennials.
- 5 bí quyết tư vấn BHNT giúp tư vấn viên “cửa ngõ” Millennials.

Phần 3: Tìm hiểu về 4 nhóm khách hàng Millennials (WHO)

- Phân tích hành vi khách hàng bằng công cụ DISC.
- Những điều nên/ không nên làm khi tư vấn cho từng đối tượng.
- Những ngôn từ có thể tác động đến quyết định của họ.

Phần 4: Chinh phục #Millennials bằng mô hình tư vấn #ACOR

- 4 bước bán hàng: Attract – Convert – Optimize – Retain.
- Tư duy về vai trò của khách hàng trong suốt quá trình bán hàng.
- 5 bí quyết khai thác khách hàng từ mô hình #ACOR.

Phần 5: Tạo nhân hiệu để thu hút khách hàng trẻ (Attracting)

- Xây dựng kế hoạch truyền thông thương hiệu trực tuyến.
- Định hình tiếng nói thương hiệu và giá trị cốt lõi của nhân hiệu.
- Tiếp thị hình ảnh cá nhân và sản phẩm trên mạng xã hội.
- Kỹ năng viết bài và xây dựng kế hoạch nội dung.

Phần 6: Xây dựng lòng tin và tư vấn hiệu quả (Converting)

- Khởi gợi nhu cầu và phân tích khả năng tài chính của khách hàng.
- Phương pháp chốt hợp đồng hiệu quả.
- Kỹ thuật ứng phó những lời từ chối phổ biến nhất của thế hệ Millennials.
- Ứng dụng TMV để tư vấn giải pháp bảo vệ toàn diện và nâng cao độ lớn hợp đồng.

Phần 7: Tối ưu giá trị và cải thiện mức độ hài lòng của từng khách hàng (Optimizing)

- 10 cách dễ dàng để tăng tỷ lệ chốt hợp đồng và lời giới thiệu từ khách hàng hiện hữu.
- Phương pháp bán thêm/ bán chéo hiệu quả.
- Vượt qua lời than phiền của khách hàng.

Phần 8: Phục vụ để khai thác bền vững (Retaining)

- Tâm lý và kỳ vọng của khách hàng.
- Thời điểm phục vụ hiệu quả.
- Ứng dụng Email marketing để duy trì mối liên hệ bền vững với khách hàng.



CÔNG TY TNHH GIÁO DỤC THÀNH NHÂN (NHAN EDU)

Địa chỉ: 30A Hồ Hảo Hớn, Phường Cô Giang, Quận 1, TP.HCM

Điện thoại: +84 908 279 547

Email: contact@nhanedu.vn

Website: www.nhanedu.vn