

MỤC TIÊU



Sau khi kết thúc SBW1, học viên có thể:

- ▶ Hiểu về quy trình tư vấn
- ▶ Biết chân dung khách hàng của giải pháp ULP Khởi Đầu Hạnh Phúc
- ▶ Thiết lập được danh sách khách hàng tiềm năng cho những hợp đồng kế tiếp
- ▶ Biết cách xin giới thiệu khách hàng tiềm năng một cách chuyên nghiệp

NỘI DUNG

- 1. GIỚI THIỆU QUY TRÌNH TƯ VẤN**
- 2. TÌM KIẾM KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG**
- 3. XIN LỜI GIỚI THIỆU**

1.

Giới thiệu

QUY TRÌNH TƯ VẤN



QUY TRÌNH TƯ VẤN



Quét mã QR
để truy cập trang
Tài liệu dành cho học viên
“Kỹ năng tư vấn MIT & SBW”



Tài liệu tham khảo



Quét mã QR để xem,
tải, lưu trữ và sử dụng
hàng ngày



CẨM NANG *dành cho* *90 ngày đầu tiên* *của ĐL*



- ▶ Giúp bạn nhanh chóng tự tin, hòa nhập vào môi trường chuyên nghiệp thông qua các hướng dẫn chi tiết, công cụ hữu ích
- ▶ Giúp bạn có được thói quen làm đúng việc và làm việc đúng mỗi ngày
- ▶ Giúp bạn gia tăng thu nhập, nâng cao mức sống
- ▶ Định hướng bạn nhanh chóng gia nhập đội ngũ tư vấn bảo hiểm chuyên nghiệp toàn cầu



Thử thách nhập vai
leo núi vượt địa hình
Bền bỉ chinh phục
đỉnh cao sự nghiệp

Dành cho tất cả ĐLBH kênh Agency

Trải nghiệm dễ dàng trên ManuAcademy

Phù hợp sử dụng trên mọi thiết bị

Chương trình **CHUYỂN ĐỘNG 690** giúp ĐLBH học nhanh nhớ lâu những kiến thức bảo hiểm, nâng cao kỹ năng tư vấn và nắm rõ công việc của mình tại Manulife Việt Nam:

- *Biết cách làm việc ngay trong tuần đầu tiên*
- *Biết cách phối hợp với Quản lý*
- *Biết cách phục vụ khách hàng chuyên nghiệp để thành công*
- *Biết cách đạt mục tiêu cá nhân và phát triển sự nghiệp lâu dài tại Manulife Việt Nam*

Với giao diện trò chơi mô phỏng hành trình thám hiểm, “các nhà leo núi” sẽ hoàn thành các “chặng nhiệm vụ” để từng bước chinh phục đỉnh cao, thu về những “chiến lợi phẩm” bất ngờ và có cơ hội nhận trọn 1000 điểm thưởng tích lũy trên nền tảng ManuAcademy.

Rất nhiều ĐLBH đã tham gia và thành công. Nay đến lượt bạn hành động!



Tham gia ngay!!!



Quét mã hoặc
Nhập VÀO ĐÂY ➔

2.

Tìm kiếm khách hàng tiềm năng



GIÁ TRỊ CỦA MỘT KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

CÔNG THỨC THÀNH CÔNG



Phí bảo hiểm trung bình
20 TR/HĐ

Hoa hồng năm 1
5 TR/HĐ

Giá trị của 1 KHTN
500 k

KHÁCH HÀNG LÀ YẾU TỐ SỐNG CÒN.
ĐỂ THÀNH CÔNG TRONG NGHỀ TƯ VẤN
BẢO HIỂM, PHẢI LUÔN BỔ SUNG
KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG!

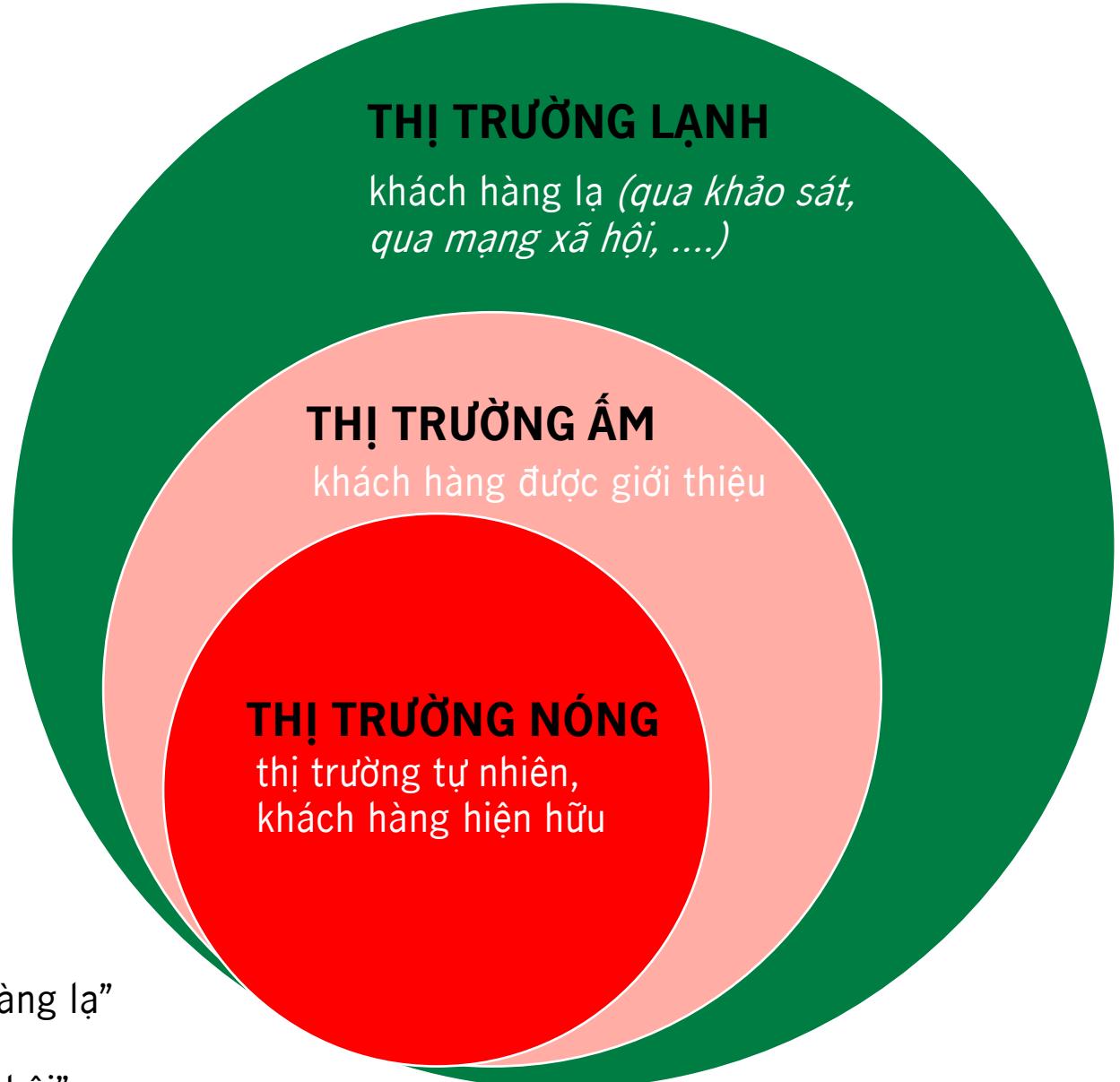
NGUỒN KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG



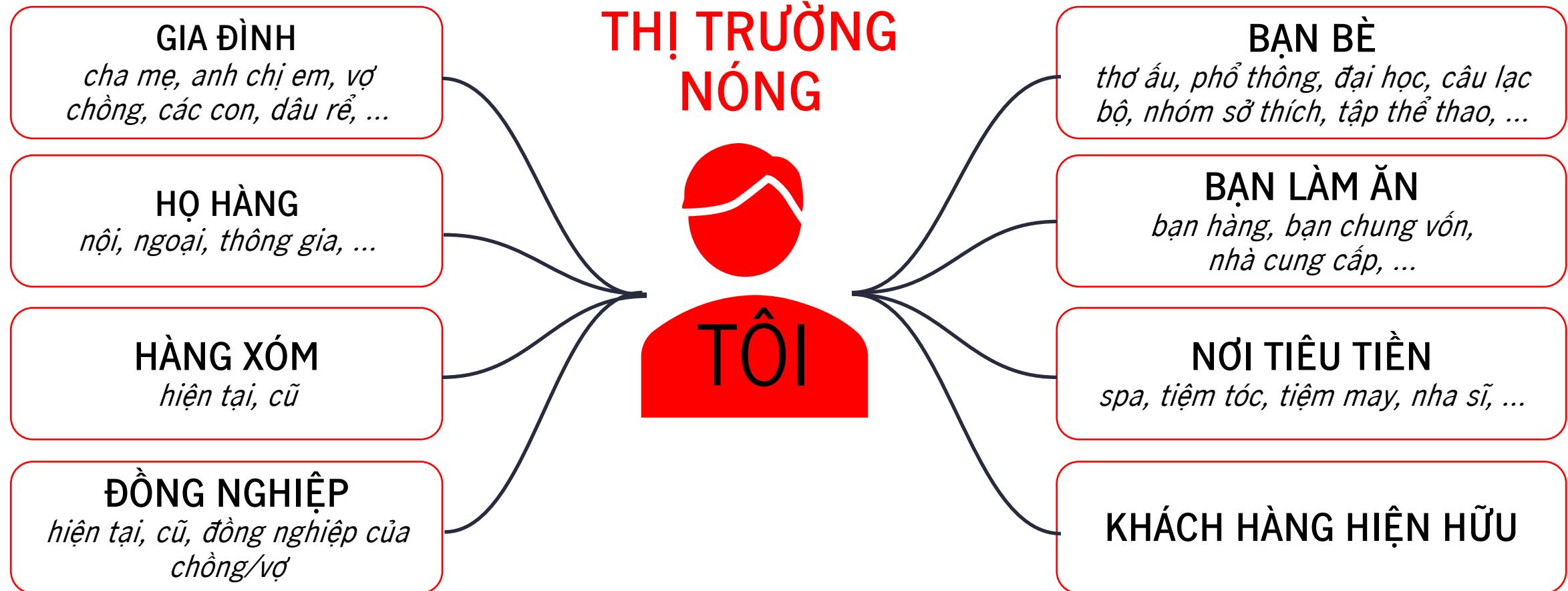
*Khách hàng không ở đâu xa.
Khách hàng ở xung quanh chúng ta*

Các CTHL liên quan:

- “Kỹ năng tiếp cận trực tiếp khách hàng lạ”
- “Kỹ năng xin hẹn khách hàng lạ”
- “Kinh doanh hiệu quả qua mạng xã hội”



NGUỒN KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG



Dành **ĐIỀU TỐT ĐẸP NHẤT** cho những người mà mình yêu thương ...

TIÊU CHÍ CHỌN LỌC KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG



Trung bình khá
trở lên

**Thu nhập
hàng tháng**

Mức độ
Thân thiết



Tin tưởng Đại lý

3.

XIN LỜI *giới thiệu*



LỢI ÍCH CỦA XIN GIỚI THIỆU

KH được giới thiệu thường có chất lượng cao:

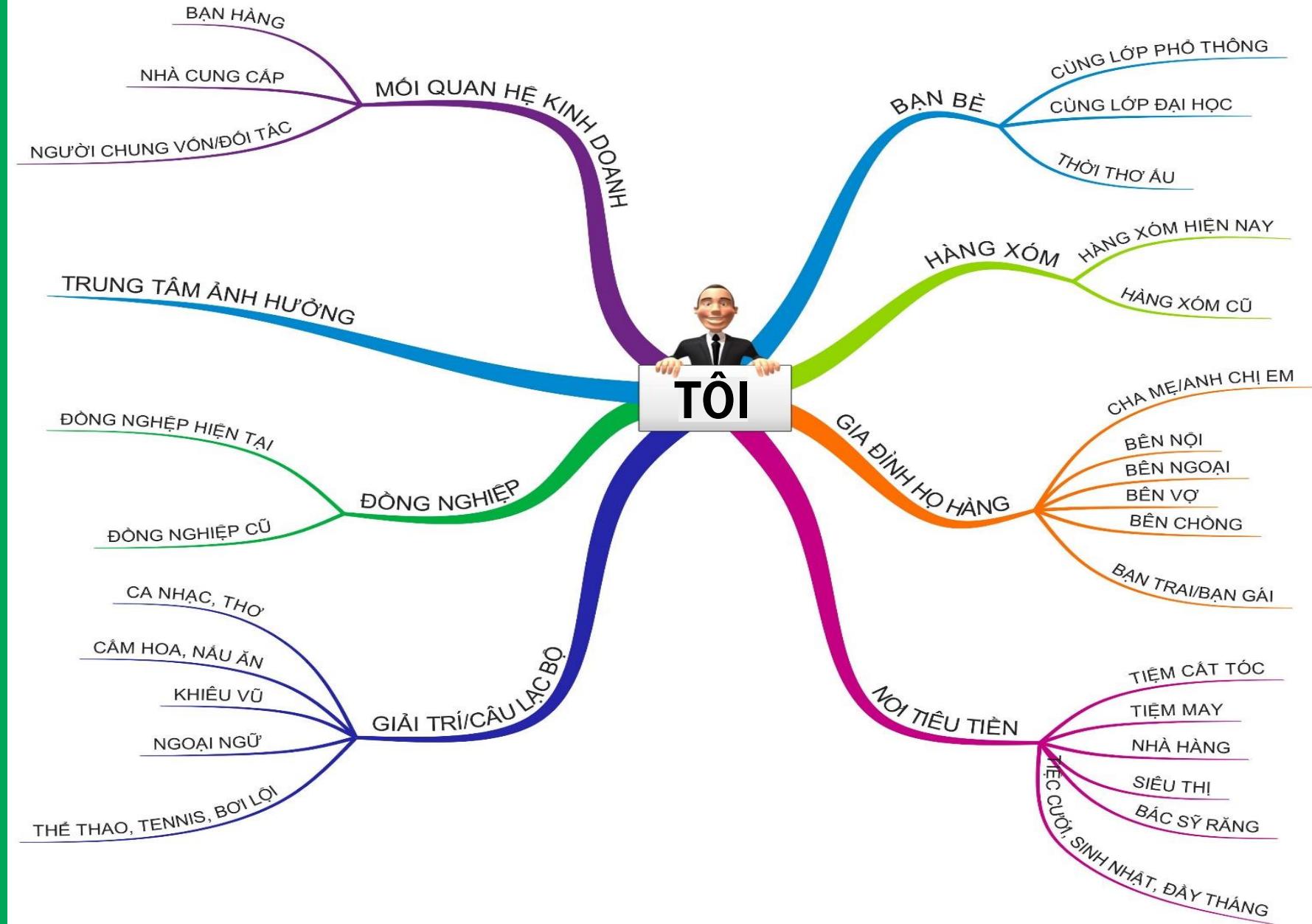
- Khả năng thành công trong thiết lập cuộc hẹn cao
- Khả năng chốt hợp đồng thành công cao

CẦN NHỚ:

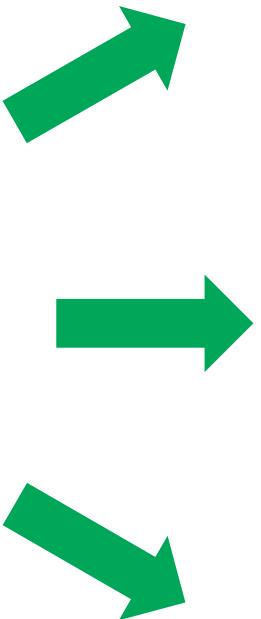
- KH sẽ sẵn sàng giúp đỡ nếu ĐL tạo được niềm tin và phục vụ tốt.
- Tự KH không biết cách giới thiệu. ĐL cần chủ động xin và hướng dẫn KH.

HÃY XÂY DỰNG
THÓI QUEN
Xin Lời Giới Thiệu
**NGAY TỪ
HÔM NAY**

XIN GIỚI THIỆU TỪ AI?



THỜI ĐIỂM XIN GIỚI THIỆU



Quá trình tư vấn
và chốt hợp đồng



Quá trình
trao hợp đồng



Quá trình phục vụ
khách hàng

QUY TRÌNH & LỜI THOẠI MẪU XIN GIỚI THIỆU



LÝ DO

GIỚI THIỆU VỀ CÔNG VIỆC, NÊU LÝ DO XIN GIỚI THIỆU

Anh Nam ơi, anh biết đấy, công việc của em là lan tỏa lợi ích của giải pháp hoạch định tài chính của Manulife tới cộng đồng. Để làm được điều đó, em rất cần sự hỗ trợ của anh.

ĐỀ NGHỊ

ĐỀ NGHỊ GIỚI THIỆU NGƯỜI THÂN, NGƯỜI QUEN

Anh Nam có thể giới thiệu cho em 5 người mà anh cũng muốn được phân tích nhu cầu tài chính và giới thiệu giải pháp tài chính giống như em vừa chia sẻ với anh?

GỢI Ý

GỢI Ý THÔNG TIN KHÁCH HÀNG

Đó có thể là người thân, đồng nghiệp, bạn bè, ... của anh chị, những người mới hoặc sắp lập gia đình; mới hoặc sắp sinh con; mới hoặc sắp có dự định mua nhà; mới thăng chức ...
(Xin các thông tin tối thiểu: tên, số điện thoại, ...)

TRẤN AN

TRẤN AN KHI NGƯỜI ĐÓ DO DỰ

Anh yên tâm, em sẽ chỉ liên hệ với họ để chia sẻ, như em đã chia sẻ với anh thôi.

Cảm ơn anh Nam rất nhiều! Nếu được, anh Nam nói trước với họ giúp em là em sẽ liên hệ nhé.



Manulife

PHƯƠNG PHÁP & CÔNG CỤ HỖ TRỢ

NGƯỜI GIỚI THIỆU THÔNG BÁO TRƯỚC

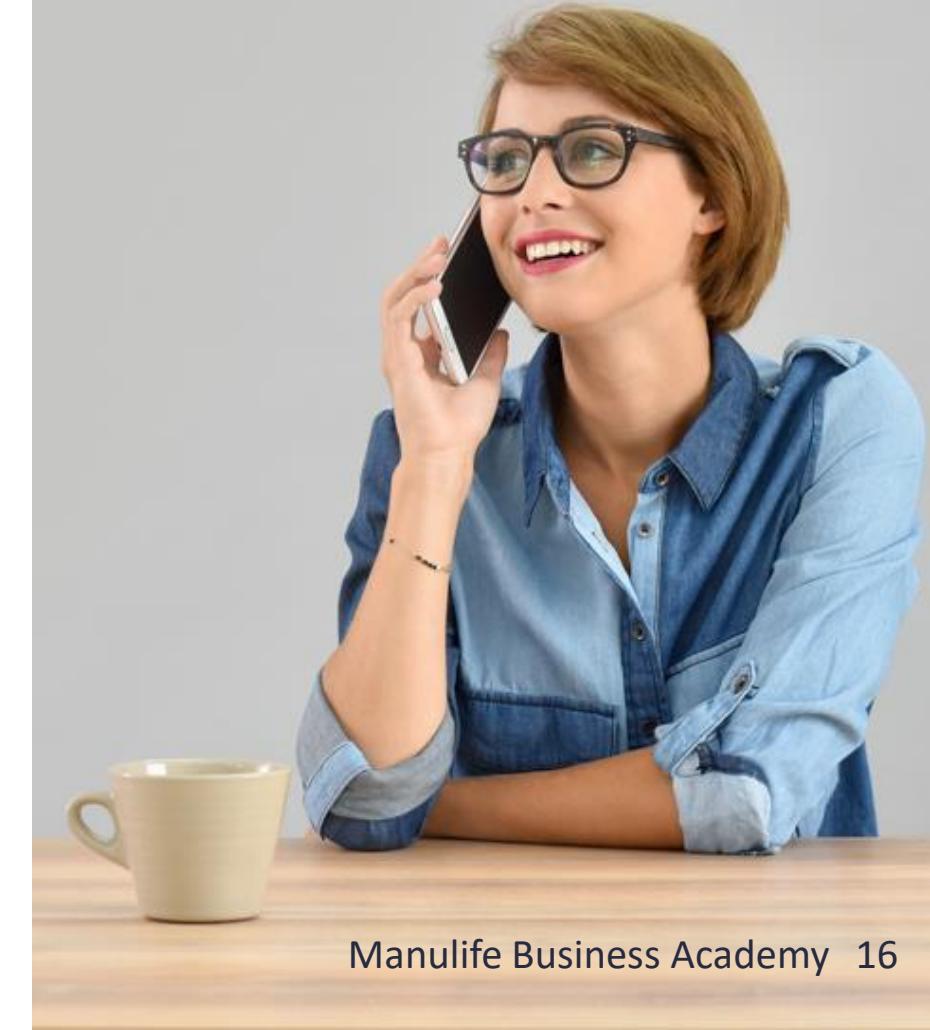
(gọi điện, viết email, nhắn tin, viết thư tay,...)

Lời thoại mẫu (dành cho người giới thiệu):

"Mình có một người bạn tên là....., hiện là Đại lý bảo hiểm của Công ty Manulife. Anh/chị ấy đã giúp gia đình mình tạo dựng ngân quỹ an toàn tài chính trong tương lai.

Mình rất hài lòng với dịch vụ chuyên nghiệp của anh/chị, vì vậy khi anh/chị ấy đặt vấn đề muốn được giới thiệu về giải pháp bảo vệ tài chính này tới người thân và bạn bè của mình, mình đã nghĩ ngay đến cậu.

Mình sẽ cho anh/chị ... số điện thoại để liên lạc với cậu nhé. Cậu hãy trao đổi với anh/chị ấy. Mình tin là cậu cũng sẽ thấy hữu ích. Chào cậu!"



PHƯƠNG PHÁP & CÔNG CỤ HỖ TRỢ

CẢM ƠN VÀ CẬP NHẬT THÔNG TIN CHO NGƯỜI GIỚI THIỆU

- Tặng món quà nhỏ để cảm ơn người giới thiệu
- Luôn cập nhật tiến trình tư vấn cho người giới thiệu



NHỮNG VIỆC CẦN LÀM NGAY & LÀM ĐỀU ĐẶN



- XIN GIỚI THIỆU ÍT NHẤT 3 NGƯỜI MỚI mỗi khi tiếp cận KH.
- BỔ SUNG THÊM ít nhất 3 KHTN MỚI vào danh sách mỗi ngày.



- Liên tục CẬP NHẬT THÔNG TIN khách hàng



- MỞ RỘNG và NUÔI DƯỠNG CÁC MỐI QUAN HỆ để xin lời giới thiệu, gắn kết với KHTN chất lượng cao và Trung Tâm Gây Ảnh Hưởng.
- NUÔI DƯỠNG MỐI QUAN HỆ với những KHTN chưa thân thiết
- Chú ý những KH tiềm năng trung bình để NHẬN DIỆN CƠ HỘI TƯ VẤN
- Lên kế hoạch GỌI NGAY cho những KH tiềm năng cao

KINH DOANH CHẤT LƯỢNG

LÀ YẾU TỐ TIÊN QUYẾT GIÚP
CHÚNG TA DẪN ĐẦU THỊ TRƯỜNG

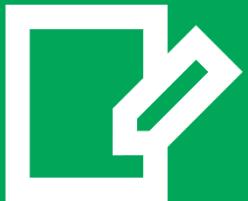
Là thành viên của Manulife, bạn cần:

- Giữ gìn uy tín, sự chuyên nghiệp của chính mình và của Công ty
- Tư vấn giải pháp phù hợp nhu cầu và khả năng tài chính của khách hàng
- Giúp khách hàng hiểu đúng sản phẩm và duy trì hợp đồng lâu dài
- Nắm vững và tuân thủ đạo đức kinh doanh



CHÚNG TA ĐÃ HỌC GÌ?

SBW1



1 GIỚI THIỆU QUY TRÌNH TƯ VẤN

2 TÌM KIẾM KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

Giá trị của 1 KHTN

Nguồn KHTN

Tiêu chí chọn lọc KHTN

Chân dung KH ULP
Chân dung KH đầu tiên

3 XIN LỜI GIỚI THIỆU

Lợi ích

Nguồn xin giới thiệu

Quy trình xin giới thiệu:
Lý do, đề nghị, gợi ý, trấn an

Thời điểm xin giới thiệu

Phương pháp & công cụ
hỗ trợ

KINH DOANH CHẤT LƯỢNG

Phiên bản 8 buổi

Kênh Đại lý

Trung Tâm
Phát Triển
Chuyên Nghiệp



NHỮNG QUY ƯỚC CHUNG



ĐÚNG GIỜ
& THAM DỰ ĐẦY ĐỦ



TRANG PHỤC
CHUYÊN NGHIỆP



TOÀN TÂM



NHIỆT HUYẾT



TƯƠNG TÁC

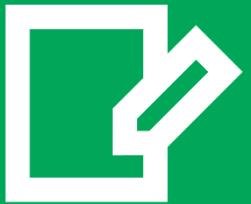


CAM KẾT



CHÚNG TA ĐÃ HỌC GÌ?

SBW3



1 THIẾT LẬP CUỘC HẸN

Thiết lập cuộc hẹn với
người quen

Thiết lập cuộc hẹn với
khách hàng được giới thiệu

Những điều nên làm và
nên tránh khi xin hẹn

2 XỬ LÝ TỪ CHỐI KHI XIN HẸN

Có tài sản rồi (Tự đầu tư tốt
hơn; Không cần)

Chưa cần, chưa vội

Không có tiền

Không quan tâm

Có người nhà là Đại lý

Sẽ gọi lại sau

Không phải lúc phù hợp



Bước 3 TIẾP XÚC & TRÌNH BÀY (phần 1)

MỤC TIÊU



Sau khi kết thúc SBW4, học viên có thể:

- ▶ Hiểu rõ ích lợi của việc tư vấn theo nhu cầu và đặt câu hỏi trong tư vấn
- ▶ Nắm rõ quy định của Luật KDBH liên quan tư vấn, và hiểu rõ nghĩa vụ cần tuân thủ
- ▶ Biết thực hiện kỹ năng tư vấn thuộc Bước 3 phần 1

NỘI DUNG



1. TƯ VẤN THEO NHU CẦU
2. KỸ NĂNG ĐẶT CÂU HỎI
3. QUY ĐỊNH CỦA LUẬT KDBH LIÊN QUAN QUY TRÌNH TƯ VẤN
4. BƯỚC 3 – TIẾP XÚC & TRÌNH BÀY
(phần 1)

1.

Tư vấn theo nhu cầu



TẠI SAO CHÚNG TA THAM GIA BẢO HIỂM?



Nhu cầu bảo hiểm thông thường:

- GIÀU CÓ ➤ TÍCH LŨY để mua nhà, mua xe, đi du lịch,
- AN NHÀN ➤ QUỸ HƯU TRÍ để có một tuổi già thảnh thơi
- THÀNH TÀI ➤ HỌC VẤN cho các con
- BÌNH AN ➤ BẢO VỆ THU NHẬP của người trụ cột
- KHỎE MẠNH ➤ SỨC KHỎE toàn diện trọn đời

Nhu cầu bảo hiểm khác:

- Tạo ngân hàng cá nhân
- Đầu tư miễn thuế
- Làm từ thiện
- Ý nghĩa giáo dục
- Khẳng định giá trị & đẳng cấp
- ...

HÀNH TRÌNH MUA CỦA KHÁCH HÀNG

Nhận thức về
nhu cầu mua

Tìm kiếm
thông tin
liên quan

Đánh giá các
phương án
lựa chọn

Quyết định
mua

Đánh giá
sản phẩm,
dịch vụ
sau khi mua

Giúp KH
nhận ra
nhu cầu
bảo hiểm

Cung cấp
đầy đủ
thông tin
cho KH

Giúp KH
đánh giá các
phương án
lựa chọn

Giúp KH
quyết định sở
hữu ngay giải
pháp bảo vệ
tài chính phù
hợp

Phục vụ sau
bán hàng

ĐỒNG HÀNH CỦA ĐẠI LÝ

TƯ VẤN BẢO HIỂM THEO NHU CẦU

LỢI THẾ

- Thay vì “thuyết phục KH mua”, bạn cùng “bàn về tương lai gia đình” với KH
- Nhu cầu do chính KH xác nhận, không do ĐL áp đặt, KH dễ chấp nhận giải pháp và quyết định tham gia
- Nhu cầu sẽ là động lực giúp KH duy trì HĐ lâu dài
- Giải pháp đúng nhu cầu: KH hài lòng & TIN TƯỞNG bạn.

LỢI ÍCH

- Giảm bớt thắc mắc & dễ đóng hợp đồng hơn
- Hợp đồng có mệnh giá cao hơn, nâng cao thu nhập
- Tỷ lệ duy trì hợp đồng cao hơn
- ĐL không bán *sản phẩm bảo hiểm*. ĐL bán *gói giải pháp bảo hiểm*.

Người bán hàng phải tìm cho ra **VẤN ĐỀ THỰC SỰ** của khách hàng, rồi chỉ cho họ rõ **GIẢI PHÁP** đang nằm ở đâu. Khi ấy, khách hàng của bạn sẽ đi đến cùng trời cuối đất để giành lấy điều đó.

4 bước giúp KH nhận ra nhu cầu và nhanh chóng ra quyết định

1. Giúp KH nhận ra vấn đề

- Đặt câu hỏi để thu thập thông tin KH càng nhiều càng tốt.
- Tìm hiểu nhu cầu thực sự và khả năng tài chính của KH.
- Chỉ ra cho KH thấy vấn đề đang nằm ở đâu.

2.Tạo ra mong muốn giải quyết vấn đề

- Đặt câu hỏi dẫn dắt để KH nhận ra những thiệt hại mà họ hoặc gia đình phải gánh chịu nếu không nhanh chóng giải quyết vấn đề này.
- Trấn an KH rằng mọi vấn đề đều có giải pháp, bạn đang có những giải pháp tốt có thể giúp KH giải quyết được vấn đề.

3. Trình bày giải pháp tốt nhất sau khi đã lựa chọn kỹ từ các phương án

- Chỉ ra cho KH thấy có nhiều cách để giải quyết vấn đề của họ, nhưng cách tối ưu vẫn là BHNT.
- Lựa chọn và cung cấp giải pháp bảo hiểm chuyên biệt cho nhu cầu KH

4. Khuyến khích KH nhanh chóng ra quyết định

- Khẳng định lại 2 lợi ích tuyệt vời từ bảo hiểm nếu họ nhanh chóng ra quyết định:
 - Các lợi ích khách hàng có từ việc tham gia BH ngay
 - Tránh được thiệt hại tài chính khi rủi ro bất ngờ ập đến.



ĐẶT CÂU HỎI ĐỂ GIÚP KHÁCH HÀNG NHẬN RA NHU CẦU BẢO HIỂM

Tại sao việc ĐẶT CÂU HỎI có sức mạnh lớn hơn nhiều so với việc nói với khách hàng rằng họ cần một kế hoạch tài chính?



KHÁM PHÁ NHU CẦU THỰC SỰ CỦA
KHÁCH HÀNG **MỘT CÁCH XÚC CẢM!**

2.

Kỹ năng đặt câu hỏi



Câu hỏi ĐÓNG

TUỔI

- ▶ Sinh nhật anh/chị là ngày nào?
- ▶ Em sinh năm ... , anh/chị sinh năm bao nhiêu?

NGHỀ NGHIỆP

- ▶ Anh/chị hiện công tác ở đâu?
- ▶ Công việc chính là gì ạ?

HOÀN CẢNH GIA ĐÌNH

- ▶ Anh/chị có gia đình chưa ạ?
- ▶ Anh/chị được mấy cháu?
- ▶ Cháu lớn nay bao nhiêu tuổi?

THU NHẬP

- ▶ Chi phí hàng tháng của gia đình anh/chị khoảng bao nhiêu ạ?
- ▶ Anh/chị vẫn tiết kiệm đều đặn mỗi tháng?

Câu hỏi MỞ

6 câu hỏi “VÀNG”
tìm hiểu thông tin
khách hàng

ĐIỀU GÌ?

TẠI SAO?

CÓ THỂ NÓI RÕ HƠN?

KHI NÀO?

BẰNG CÁCH NÀO?

CÂU HỎI CẢM NHẬN



Manulife

Manulife Business Academy

BÀI TẬP cá nhân

Bí kíp
tìm hiểu
thông tin



Học viên xem clip và:

1. Liệt kê những câu hỏi được Đại lý sử dụng trong clip
2. Ghi nhận cách biểu đạt của Đại lý (*ngữ điệu, vẻ mặt, ánh mắt, bàn tay,...*)
3. Quan sát biểu cảm trên gương mặt khách hàng

Kết hợp các câu hỏi MỞ



BỆNH TẬT TAI NẠN

- *Anh hãy thử tưởng tượng, nếu như ở một thời điểm nào đó trong quá khứ, giả sử vào năm ngoái/năm kia chẳng hạn, có một sự cố nào đó đã xảy ra với anh/chị, ví dụ bệnh tật hay tai nạn, khiến anh/chị không thể tiếp tục làm việc được nữa, thì lúc đó Ai sẽ là người chịu ảnh hưởng nặng nề nhất? (chờ KH trả lời). TẠI SAO ạ? Ở hoàn cảnh đó, cuộc sống của người ấy sẽ bị ảnh hưởng nặng nề ĐẾN THẾ NÀO?*



MẤT SỚM

- *Cuộc sống của chúng ta không ai có thể nói trước được điều gì, mọi chuyện tốt xấu đều có thể xảy ra. Anh/Chị đã bao giờ mường tượng tới khả năng xấu nhất? Khi đó, Ai là người khiến Anh/Chị lo lắng nhất? (chờ KH trả lời) TẠI SAO ạ? Cuộc sống của người ấy sẽ bị ảnh hưởng nặng nề ĐẾN THẾ NÀO?*



SỐNG THỌ

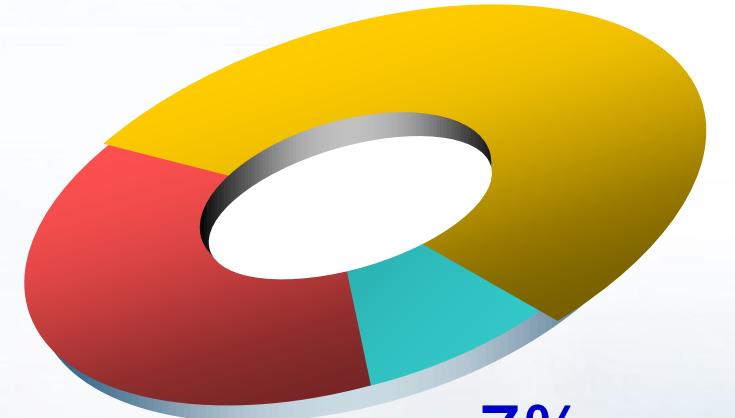
- *Ngược lại, nếu mọi chuyện đều như ý muốn, chúng ta sẽ có cuộc sống viên mãn, sự nghiệp thành công, sức khỏe dồi dào, và cuộc sống sẽ rất tuyệt vời khi chúng ta an hưởng tuổi hưu. Về hưu thì Anh/Chị muốn sống Ở ĐÂU? TẠI SAO? Khi đó, vợ chồng Anh/Chị sẽ CẦN BAO NHIỀU TIỀN để chi tiêu hàng tháng?*



Kết hợp yếu tố phi ngôn ngữ

- Âm điệu phù hợp nội dung
- Tốc độ nói phù hợp người nghe
- *NGƯNG* nói để tạo điểm nhấn
- Nhìn khách hàng *một cách chân thành*
- Sử dụng kết hợp cử chỉ tay, đầu
- Hỏi những câu hỏi với sự nhấn mạnh
- *Kiên nhẫn* chờ đợi câu trả lời
- Nếu khách hàng không nói gì, tiếp tục nhìn vào mắt khách hàng và *LẬP LẠI* câu hỏi

55%
NGÔN NGỮ KHÔNG LỜI



38%
ÂM ĐIỆU

3.

Quy định của
Luật kinh doanh bảo hiểm
liên quan quy trình tư vấn



QUY ĐỊNH CỦA LUẬT KDBH trong tư vấn

Trích Điều 30, Thông Tư 67/2023/TT-BTC

TÀI LIỆU TƯ VẤN

- Bản yêu cầu bảo hiểm phải có phần thông tin xác nhận của BMBH về việc đã được giải thích rõ ràng, đầy đủ về quyền lợi SPBH, nhận thức được các đặc thù của SP đã lựa chọn.
- Bảng câu hỏi đánh giá khả năng tài chính của BMBH, Bảng câu hỏi đánh giá mức độ chấp nhận rủi ro trong đầu tư: Các tài liệu này do ĐLBH đánh giá, kê khai dựa trên thông tin do BMBH cung cấp và phải có xác nhận của BMBH.
- DNBH có trách nhiệm kiểm tra tính hợp lý, phù hợp giữa các thông tin trong bản yêu cầu bảo hiểm và các bảng câu hỏi liên quan đến rủi ro được bảo hiểm, đối tượng bảo hiểm trước khi phát hành HĐBH. Trường hợp có nội dung không phù hợp, DNBH có trách nhiệm kiểm tra, xác minh lại nội dung tư vấn của ĐLBH.

- Bảng câu hỏi đánh giá khả năng tài chính của BMBH phải bảo đảm:
 - Bao gồm tối thiểu các nội dung: tổng thu nhập (đối với BMBH là cá nhân), khoản phí BH dự kiến đóng và thời gian đóng phí dự kiến;
 - Các câu hỏi đánh giá phải có các tiêu chí, định mức cụ thể để có thể đánh giá được mức độ phù hợp của SPBH mà BMBH dự kiến tham gia với khả năng tài chính của BMBH. ĐLBH chỉ được tư vấn các SPBH phù hợp với khả năng tài chính của BMBH trong phạm vi các định mức đã xác định của DNBH.
- Bảng câu hỏi đánh giá mức độ chấp nhận rủi ro trong đầu tư phải bảo đảm:
 - Bao gồm tối thiểu các nội dung: đánh giá về khẩu vị rủi ro, kinh nghiệm đầu tư của BMBH;
 - Câu hỏi đánh giá phải rõ ràng, cụ thể để có thể xác định được mức độ chấp nhận rủi ro của BMBH.

CUNG CẤP SẢN PHẨM BẢO HIỂM QUA ĐẠI LÝ BẢO HIỂM

- Trong quá trình tư vấn SPBH, ĐLBH phải cung cấp đầy đủ, chính xác cho BMBH các thông tin về SPBH, sử dụng các tài liệu do DNBH cung cấp. ĐLBH không được tự xây dựng tài liệu giới thiệu SP, tài liệu minh họa bán hàng hoặc tự ý thay đổi nội dung của các tài liệu giới thiệu SP, tài liệu minh họa bán hàng do DNBH cung cấp.
- Khi cung cấp SPBH liên kết đầu tư, ĐLBH phải thực hiện theo quy định sau:
 - Thu thập thông tin và hoàn thiện các tài liệu quy định tại điểm b khoản 2 Điều 30 Thông tư này;
 - Thông tin cho BMBH biết về công cụ tính toán giúp BMBH có thể tự xây dựng được kế hoạch bảo hiểm và quy tắc, điều khoản của SPBH khách hàng dự kiến tham gia trên trang thông tin điện tử (website) của doanh nghiệp bảo hiểm (*)
 - Phân tích thông tin khách hàng bao gồm nhu cầu và khả năng tài chính của BMBH
 - Khảo sát mức độ chấp nhận rủi ro của BMBH từ đó tư vấn BMBH tham gia quỹ liên kết đơn vị phù hợp (đối với SPBH liên kết đơn vị);
 - Giải thích rõ cho BMBH về quyền lợi của SP và các rủi ro đặc thù của SP,
 - Yêu cầu BMBH xác nhận vào các tài liệu theo quy định tại Điều 30 Thông tư này;
 - Không được so sánh hoặc đảm bảo chắc chắn kết quả đầu tư của một quỹ liên kết đơn vị này là tốt hơn so với quỹ liên kết đơn vị khác hoặc của DNBH khác;
 - Thực hiện ghi âm một số nội dung liên quan tới việc tư vấn SPBH tại thời điểm BMBH ký Bản yêu cầu bảo hiểm (*)

(*) Manulife đang xây dựng quy trình triển khai, sẽ bắt đầu áp dụng trong thời gian theo quy định của Luật.

CUNG CẤP SẢN PHẨM BẢO HIỂM QUA ĐẠI LÝ BẢO HIỂM

Đối với việc cung cấp sản phẩm bảo hiểm liên kết đầu tư, doanh nghiệp BHNT thực hiện theo quy định sau:

- Kiểm tra độc lập nội dung tư vấn sản phẩm bảo hiểm của đại lý.
- Nội dung kiểm tra phải nhằm đánh giá việc BMBH tham gia SPBH là trên cơ sở tự nguyện và các SPBH được tư vấn phù hợp với nhu cầu tài chính của BMBH;
- Không được phát hành HĐBH trong trường hợp nội dung ghi âm ... không có xác nhận của BMBH về việc tham gia bảo hiểm trên cơ sở tự nguyện, phù hợp với năng lực tài chính, nhu cầu bảo hiểm của BMBH (*)
- Lưu trữ và bảo mật các tài liệu, dữ liệu ghi âm trong thời gian ít nhất 05 năm kể từ ngày HĐBH có hiệu lực. DNBH chỉ được sử dụng các thông tin này nhằm mục đích đánh giá chất lượng hoạt động ĐLBH, giải quyết các phản ánh, khiếu nại liên quan tới hoạt động ĐLBH và hoạt động phòng chống gian lận trong lĩnh vực KDBH, cung cấp cho cơ quan có thẩm quyền theo yêu cầu (*)

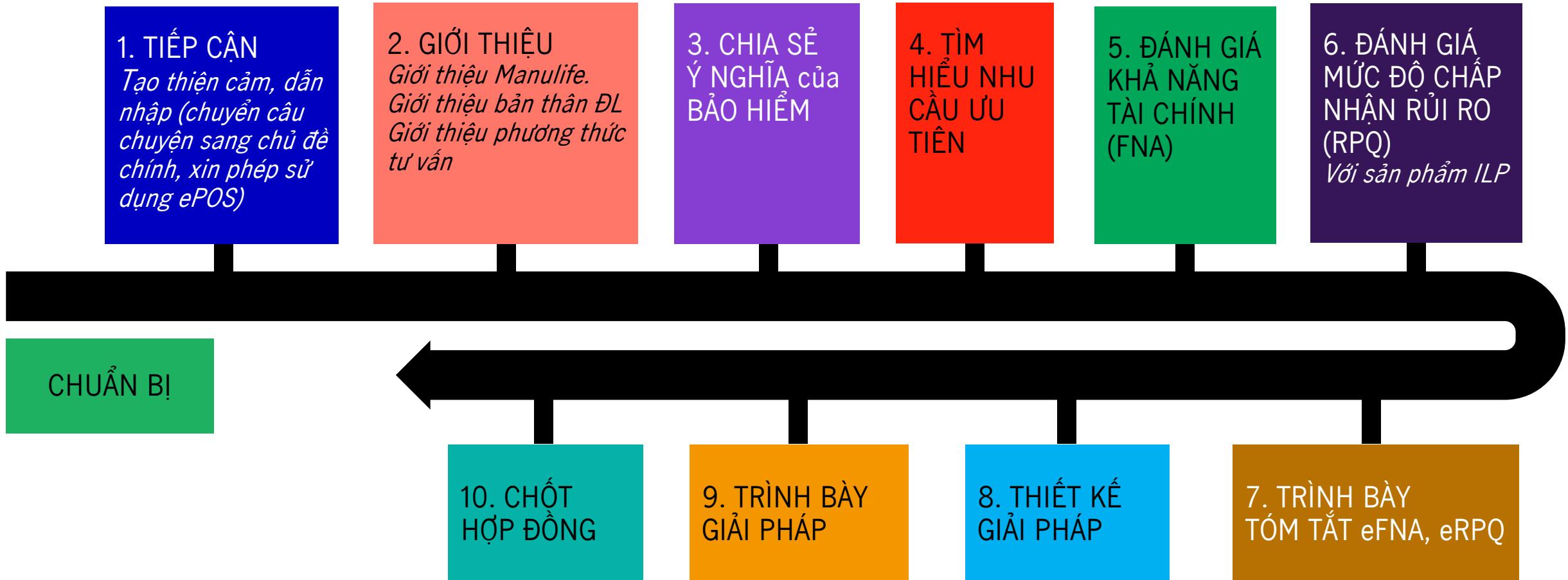
(*) Manulife đang xây dựng quy trình triển khai, sẽ bắt đầu áp dụng trong thời gian theo quy định của Luật.

3.

Bước 3 TIẾP XÚC & TRÌNH BÀY



TIẾP XÚC VÀ TRÌNH BÀY



CHUẨN BỊ TRƯỚC CUỘC GẶP KHÁCH HÀNG

TÂM LÝ:

- Nhận thức đúng về nghề nghiệp
- Tự tin: bản thân, Công ty, sản phẩm
- Thoải mái, nhiệt tình

HÌNH ẢNH:

- Chuyên nghiệp, chỉnh chu
- Trang phục phù hợp
- Tác phong chuẩn mực

NỘI DUNG TRÌNH BÀY:

- Học thuộc lời thoại
- Chuẩn bị các tình huống dự phòng

HỒ SƠ TƯ VẤN: đầy đủ



CHUẨN BỊ TRƯỚC CUỘC GẶP KHÁCH HÀNG

1. GIẤY TỜ CÁ NHÂN

- Thẻ đeo
- Danh thiếp

HỒ SƠ TƯ VẤN

4. VĂN PHÒNG PHẨM

- Bút viết, bút highlight
- Giấy trắng
- Kẹp bấm
- Công cụ cần thiết khác

2. CÔNG CỤ TƯ VẤN

- Tài liệu giới thiệu sản phẩm (nếu có)
- Tài liệu khác

3. MÁY MÓC - THIẾT BỊ - ỨNG DỤNG

- Máy tính xách tay/máy tính bảng với ePOS đã nhập trước thông tin về ĐL, về KH (càng chi tiết càng tốt)
- Điện thoại

1.1. TẠO THIỆN CẢM

Bạn có thể tạo thiện cảm bằng cách nào?

C1

Chuẩn bị
chu đáo

C4

Cảm ơn, khen ngợi

C2

Chuẩn thời gian

C5

Chia sẻ
chủ đề chung

C3

Chào hỏi, bắt tay

C6

Các yếu tố
gây ảnh hưởng

1.1. TẠO THIỆN CẢM

Family
Gia đình



Occupation
Nghề nghiệp



Recreation
Giải trí



Motivation
Động viên



Tạo thiện cảm bằng các chủ đề chung

1.2. DẪN NHẬP

“Trước tiên, em **cảm ơn anh/chị đã dành thời gian** cho buổi nói chuyện hôm nay. Để giúp cho buổi nói chuyện được hiệu quả, em **xin phép dùng máy tính để ghi chú và trình bày** nhé anh/chị”.



2.1. GIỚI THIỆU MANULIFE (ĐL có thể sử dụng ePOS để trình bày)

“Như đã giới thiệu với anh/chị, hiện **em đang làm việc tại Manulife Việt Nam**. Anh/chị **đã nghe về Manulife bao giờ chưa?** (ĐL khích lệ để KH nói càng nhiều thông tin càng tốt)

Nếu KH đã chia sẻ nhiều thông tin chủ yếu, ĐL khen KH & không cần giới thiệu thêm: **Ồ, anh/chị biết rất rõ về Công ty em đó!**

Nếu KH không biết hoặc chỉ chia sẻ một số ít thông tin, một cách tự nhiên ĐL tiếp tục câu chuyện & giới thiệu ngắn gọn về Manulife: **Manulife là ...**

(ĐL có thể sử dụng ePOS hoặc thông tin giới thiệu Manulife tại website Công ty để trình bày)

<https://www.manulife.com.vn/vi/ve-chung-toi/ve-manulife.html>

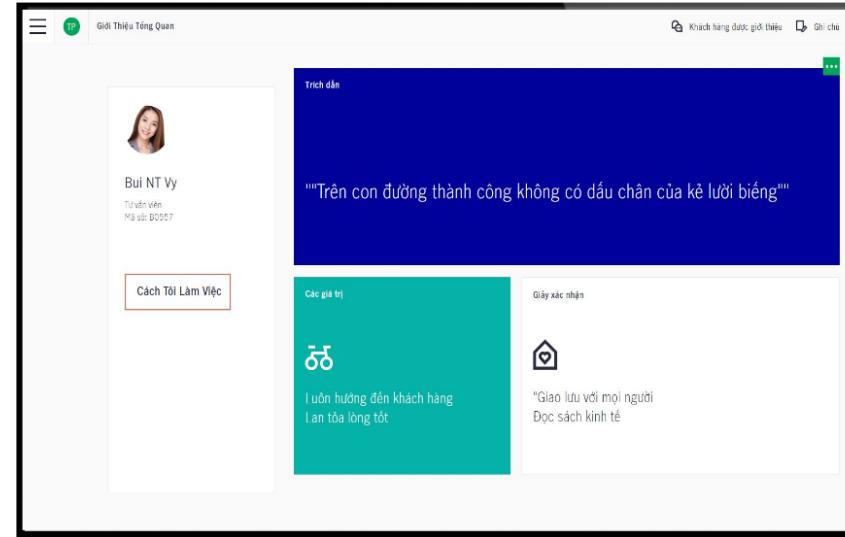


2.2. GIỚI THIỆU BẢN THÂN ĐẠI LÝ (ĐL có thể sử dụng ePOS để trình bày)

(ĐL mới) “Trước đây, em làm nghề ..., nhưng nay em đã quyết định chuyển hướng sang ngành bảo hiểm.

(ĐL đã có thâm niên trong ngành BHNT)
“Em đã làm công việc này ... năm và hiện nay em là

Em rất vui vì với công việc này em được gặp gỡ mọi người hàng ngày và **có cơ hội hỗ trợ mọi người sở hữu giải pháp bảo vệ kế hoạch tài chính của gia đình họ**.



ĐL giới thiệu ngắn gọn về bản thân một cách tự nhiên, có thể sử dụng ePOS để hỗ trợ.

Lưu ý: Mục đích của “giới thiệu bản thân” không phải là giới thiệu chức vụ, danh hiệu, mà là giới thiệu ý nghĩa của công việc này đối với mọi người xung quanh và xã hội. Điều này làm gia tăng sự quan tâm và niềm tin của KH dành cho bạn.

2.3. GIỚI THIỆU PHƯƠNG THỨC TƯ VẤN (ĐL có thể sử dụng ePOS để trình bày)

(Thấu hiểu nhu cầu) “Để làm được điều đó, em nói chuyện với mọi người để **thấu hiểu nhu cầu**, những mục tiêu trong cuộc sống, những ưu tiên của họ”.

(Chuyên biệt giải pháp) “Từ đó, em **thiết kế giải pháp bảo vệ riêng biệt phù hợp** với nhu cầu của từng người”.

(Gắn kết dài lâu) “Trong công việc của em, sự hài lòng của khách hàng là quan trọng nhất. Vì thế, em **duy trì mối quan hệ bền vững** với khách hàng **để cung cấp dịch vụ tốt nhất**. Khách hàng mà hài lòng thì cũng muốn những người thân quen của mình được hài lòng như vậy, đúng không anh/chị? Nên họ lại **giới thiệu người thân quen cho em**”.



Cho KH thấy:

... bạn quan tâm và lắng nghe để hiểu nhu cầu của họ.



... giải pháp mà bạn đề nghị sau này là dành riêng cho họ, theo nhu cầu của họ.



... bạn sẽ đồng hành lâu dài cùng họ. Đồng thời giúp bạn xin giới thiệu dễ dàng hơn.

3. CHIA SẺ Ý NGHĨA CỦA BẢO HIỂM

“Nếu nói tới “kế hoạch tài chính của gia đình”, Anh/chị thường nghĩ tới điều gì? (KH trả lời, ĐL hỏi thêm để khích lệ KH nói chi tiết)

“Vâng, tất cả những điều anh/chị vừa chia sẻ chính là một phần của kế hoạch tài chính gia đình”. Hoặc: “Vâng, cũng nhiều gia đình chưa dành thời gian để tìm hiểu việc này. Để em chia sẻ với anh/chị nhé”

“Anh/chị cũng thấy, có nhiều người, ngay khi có thu nhập, việc đầu tiên mà họ nghĩ tới là tiêu xài, hoặc tiết kiệm, đầu tư. Tuy nhiên, điều này chưa hẳn đúng nếu họ chưa chuẩn bị phương án khi phải đổi mới với khó khăn nghiêm trọng về tài chính nếu xảy ra những sự kiện không mong đợi.”

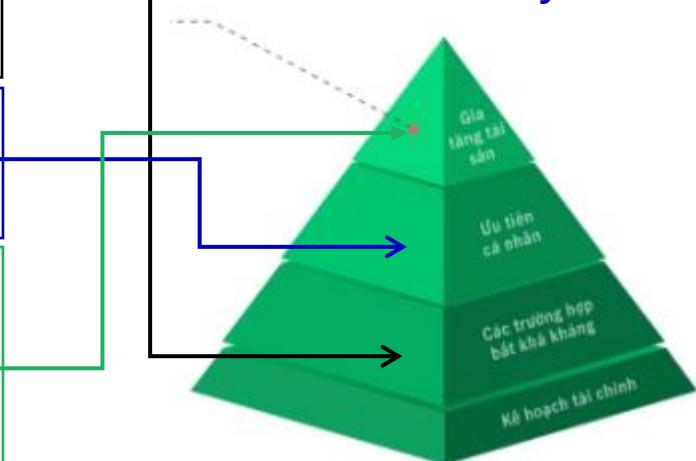
“Chuẩn bị xong phương án dự phòng đó, chúng ta sẽ an tâm thực hiện những ưu tiên cá nhân như quỹ hưu trí cho cha mẹ, quỹ giáo dục cho con, mua sắm tài sản”

“Sau cùng là dành tiền đầu tư nhằm gia tăng tài sản. Đây là việc nên làm sau cùng. Nếu chúng ta làm theo trình tự ngược lại, thì chẳng khác nào đảo ngược tháp tài chính này. Khi giông bão cuộc đời xảy ra, kế hoạch tài chính gia đình sẽ khó bền vững, đúng không anh/chị?”

“Bảo hiểm nhân thọ chính là phương án dự phòng cho các gia đình trong trường hợp xảy ra sự kiện không mong đợi, là chân đế vững chắc giúp tài chính gia đình luôn bền vững”.

Mục đích: giúp KH thấy toàn cảnh “tài chính gia đình” và hiểu vai trò của BHNT trong dự phòng tài chính khi xảy ra sự kiện bất khả kháng.

ĐL sử dụng ePOS
khi trình bày.



Mục đích: giúp KH hiểu cách xác định nhu cầu bảo hiểm.

“Đồ thị này minh họa những nhu cầu chi tiêu và khả năng tiết kiệm của chúng ta ở từng giai đoạn cuộc đời.

Nếu chẳng may những sự kiện không mong đợi xảy ra, chúng ta sẽ khó lòng có thêm thu nhập, trong khi đó, chúng ta sẽ thường phải sử dụng tới các khoản tiết kiệm, và nhu cầu chi tiêu vẫn cần được đáp ứng.

Khoảng chênh lệch giữa nhu cầu chi tiêu và khoản tiết kiệm sẵn có chính là nhu cầu bảo hiểm của chúng ta”.

ĐL sử dụng ePOS khi trình bày.



Tiếp xúc và trình bày

“Để em cùng anh/chị xem xét xem liệu anh/chị hiện có nhu cầu bảo hiểm không, và nếu có thì là bao nhiêu nhé. (ĐL có thể trấn an nếu KH e ngại) Anh/chị an tâm, dịch vụ này hoàn toàn miễn phí và anh/chị không phải mua gì cả nếu anh/chị không muốn.

Điều gì ?

Trong 5 mối quan tâm thông thường này, đâu là điều mà anh/chị quan tâm nhất?

ĐL sử dụng ePOS khi trình bày.

LƯU Ý: KH chỉ có thể tham gia các sản phẩm tương ứng và phù hợp với mục tiêu ưu tiên mà khách hàng đã chọn. Do đó ĐL cần giới thiệu kỹ về các mục tiêu để khách hàng cân nhắc và lựa chọn.

4. TÌM HIỂU NHU CẦU ƯU TIÊN

Học vấn cho các con, đảm bảo các con học hành thành tài. Hỗ trợ con khởi nghiệp.

Có những năm tháng xế chiều thanh thơi, không lo toan tài chính

Chăm sóc sức khỏe toàn diện cho cả gia đình

Khả năng Tài chính (quy theo năm)

Khách hàng được giới thiệu

Ghi chú

1

Hãy xem những gì quan trọng với bạn?

Chọn một hoặc nhiều ưu tiên, bắt đầu với ưu tiên quan trọng nhất.

Những người giống bạn

Giáo dục

Hưu Trí

Bảo vệ Tài Chính

Gia tăng tài sản

Tiếp theo

Duy trì mức sống của gia đình, phòng khi thu nhập của người trụ cột đột nhiên biến mất (thường 5-10 năm thu nhập)

Tích lũy để trả nợ, mua nhà, mua xe, du lịch,

Tại sao?

Vì sao anh/chị cho rằng bảo vệ tài chính là điều quan trọng nhất?

(ĐL hỏi lần lượt với từng mục tiêu ưu tiên)

Giáo dục Khoản thiếu hụt của Khách hàng... Cần thêm thông tin	Hữu Trí 1 Khoản thiếu hụt của Khách hàng... 2.590.740	Chăm sóc sức khỏe 2 Khoản thiếu hụt của Khách hàng... Cần thêm thông tin	Bảo vệ Tài Chính 3 Khoản thiếu hụt của Khách hàng... 172.800
Gia tăng tài sản Khoản thiếu hụt của Khách hàng... Cần thêm thông tin	Tiếp theo		

Tiếp xúc và trình bày

Có thể nói rõ hơn?

Anh/chị có thể **chia sẻ rõ hơn** về quỹ dự phòng tài chính mong muốn? Anh/chị muốn có quỹ dự phòng tương đương bao nhiêu năm thu nhập?

Anh/chị có thể **chia sẻ rõ hơn** về dự định tương lai học vấn cho bé nhà mình? Anh/chị dự định sau này cho bé học đại học **trong nước hay nước ngoài?**

Anh/chị mong muốn sẽ chuẩn bị **bao nhiêu tiền** cho kế hoạch này?

Hiện nay anh/chị **đã chuẩn bị được bao nhiêu phần trăm** cho kế hoạch này rồi?

Mỗi năm, anh/chị **cho thêm vào quỹ này bao nhiêu tiền?** ...

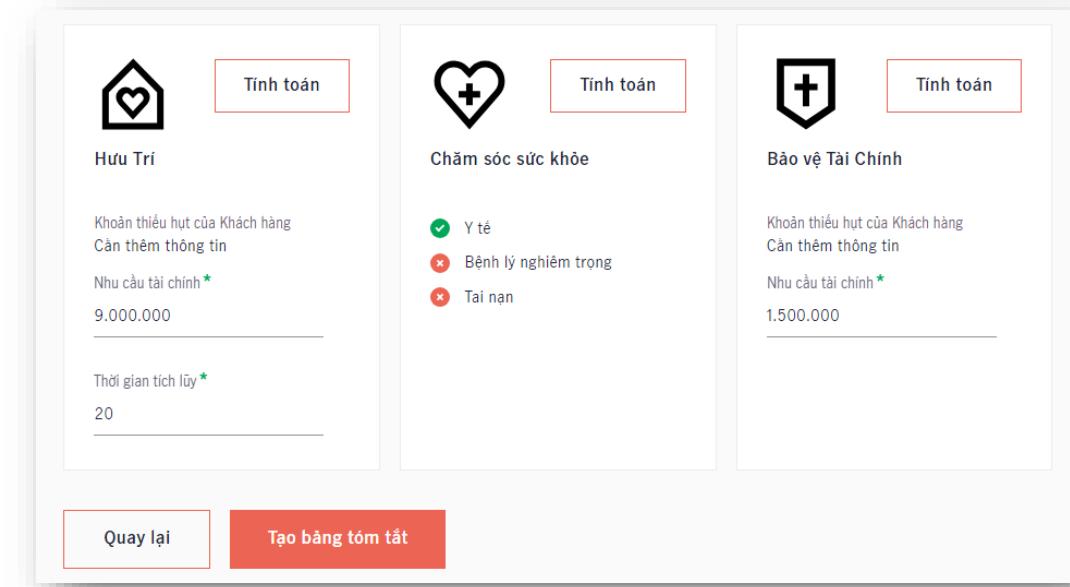
Khi nào?

Khi nào anh/chị sẽ bắt đầu thực hiện kế hoạch này?

Bao nhiêu năm nữa thì anh/chị sẽ cần số tiền này?

4. TÌM HIỂU NHU CẦU ƯU TIÊN

ĐL tiếp tục nhập dữ liệu vào ePOS



Thể loại	Mô tả	Nhu cầu tài chính*	Thời gian tích lũy*
Hữu Trí	Khoản thiếu hụt của Khách hàng Cần thêm thông tin	9.000.000	20
Chăm sóc sức khỏe	Y tế Bệnh lý nghiêm trọng Tai nạn		
Bảo vệ Tài Chính	Khoản thiếu hụt của Khách hàng Cần thêm thông tin	1.500.000	

Bằng cách nào?

Anh/chị dự định sẽ **làm cách nào** để có khoản tài chính này?

Câu hỏi cảm nhận



Anh/chị **cảm thấy thế nào** nếu biết bé nhà mình sẽ chắc chắn có khoản tiền này để theo học ĐH, và anh/chị không phải lo lắng gì nữa?

Anh/chị đã bao giờ **hình dung** cảnh bé nhà mình với tấm bằng tốt nghiệp ĐH trong tay chưa?



Anh/chị **nghĩ thế nào** khi có những gia đình cũng mong muốn như vậy nhưng vì một lý do nào đó mà không thực hiện được? Ví dụ: cám dỗ chi tiêu, hay do rủi ro trong cuộc sống như bệnh tật, tai nạn làm mất khả năng tạo ra thu nhập,...



Nếu như bảo hiểm nhân thọ có thể giúp anh/chị hoàn toàn yên tâm với kế hoạch tài chính đó, cho dù có bị những vị khách không mời này đột ngột ghé tới, thì anh/chị **thấy thế nào?**

Tiếp xúc và trình bày

5. ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG TÀI CHÍNH

"Em sẽ cùng anh/chị tìm hiểu xem những nhu cầu ưu tiên của anh/chị sẽ có thể được đáp ứng như thế nào với khả năng tài chính hiện tại của gia đình mình nhé. Để tính toán được phần này, em cần thêm một số thông tin nữa về thu nhập và chi tiêu của gia đình. (ĐL trấn an KH nếu KH e ngại) Anh/chị yên tâm, những thông tin này đều **riêng tư và bảo mật**, và chỉ nhằm tính toán khả năng tài chính cho nhu cầu bảo hiểm của anh/chị, để anh/chị xem xét mà thôi". ĐL hỏi KH từng thông tin và nhập dữ liệu vào ePOS. ĐL cần kiểm tra xem thông tin về thu nhập có hợp lý, phù hợp với thông tin đã biết về nghề nghiệp của KH.

i

Khả năng Tài chính

Đơn vị: Ngàn Đồng
Tổng thu nhập
0
<small>⚠️ Tổng thu nhập không được thấp hơn 132 triệu/năm</small>
Tổng chi tiêu
0
<small>⚠️ Tổng chi tiêu không được thấp hơn 72 triệu/năm</small>
Thu nhập thuần (Thu - chi)
0
<small>⚠️ Thu nhập thuần không được thấp hơn 60 triệu/năm</small>

Thu nhập

Thu nhập ổn định

Thu nhập từ lương, thường *

0

Tổng thu nhập quy năm.
Tối thiểu 132 triệu đồng

Chi tiêu

Chi phí thường xuyên

Chi phí thiết yếu *

Tổng chi tiêu năm.
Tối thiểu 72 triệu đồng

Phí bảo hiểm dự kiến đóng *

30 % Tổng thu nhập

360.000

Khoảng % Tổng thu nhập năm mà khách hàng có thể dùng để tham gia BHNT. Tối đa 30%

Thời gian đóng phí bảo hiểm dự kiến *

20

Vui lòng chọn mức lãi suất đầu tư mong muốn để được tư vấn Sản phẩm phù hợp *

Sản phẩm bảo hiểm với lãi suất cam kết, thay đổi theo năm hợp

Hưu Trí

Tính toán

Khoản thiếu hụt của Khách hàng
14.398.848

Nhu cầu tài chính *

0

Thời gian tích lũy *

1

Quay lại **Tạo bảng tóm tắt**

Tiếp xúc và trình bày

5. ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG TÀI CHÍNH



Khả năng tài chính

Tổng thu nhập
500.000

Tổng chi tiêu
100.000

Thu nhập thuần (Thu - chi)
400.000

Thu nhâp

Thu nhập ổn định

Thu nhập từ lương, thường *
500.000

Thu nhập từ đầu tư, kinh doanh
0

Thu nhập không thường xuyên

Cho thuê bất động sản
0

Tiền lãi ngân hàng
0

Chi tiêu

Chi phí thường xuyên

Chi phí thiết yếu *
100.000

Chi phí giáo dục
0

Chi phí giải trí, giao tế, hiếu hỷ
0

Phi bảo hiểm
0

Nợ phải trả
0



Nếu cần thiết, ĐL có thể click chọn mở rộng màn hình để hỏi KH và điền thông tin chi tiết

Cố tức	Chi phí không thường xuyên
0	Khoản dư phòng
Các khoản thu khác	Chi phí khác
0	0
Phi bảo hiểm dự kiến đóng *	
5 % Tổng thu nhập	
250.000	
Thời gian đóng phi bảo hiểm dự kiến *	
100	
Vui lòng chọn mức lãi suất đầu tư mong muốn để được tư vấn Sản phẩm phù hợp *	
Sản phẩm bảo hiểm với lãi suất cam kết, thay đổi theo năm hợp đồng.	

Tiếp xúc và trình bày

5. ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG TÀI CHÍNH

2. Theo các chuyên gia tài chính, chúng ta nên dùng 20-30% thu nhập hàng năm cho dự phòng tài chính. Vậy anh/chị sẵn lòng trích ra bao nhiêu phần trăm từ tổng thu nhập, và trích trong bao nhiêu năm, để thiết lập các quỹ... (bảo vệ tài chính, chăm sóc sức khỏe và hưu trí) như anh/chị mong muốn?

3. (ĐL hỏi để kiểm tra về khả năng KH chấp nhận rủi ro với phí bảo hiểm dự kiến đóng) Như vậy, anh/chị sẽ sẵn sàng dành riêng khoảng 40 triệu đồng mỗi năm trong vòng 20 năm tới cho kế hoạch này, có đúng không ạ?

Hồ sơ Tài chính	
Tổng thu nhập	336.000 VND
Tổng chi tiêu	180.000 VND
Khả năng tài chính	156.000 VND

Thu nhập	
Chi phí thường xuyên	
Triệu nhập từ lương, thưởng*	336.000

Chi tiêu	
Chi phí không thường xuyên	
Chi phí thiết yếu	180.000

Phi bảo hiểm dự kiến đóng *	
12 % Tổng thu nhập	40.320 VND

Thời gian đóng phí bảo hiểm dự kiến *

20

Vui lòng chọn mức lãi suất đầu tư mong muốn để được tư vấn Sản phẩm phù hợp *

Sản phẩm bảo hiểm với lãi suất cam kết, thay đổi theo năm hợp đồng

1. Theo thông tin mà anh/chị vừa chia sẻ, khoản dư ra hàng năm của gia đình mình là 156 triệu đồng

4. Theo anh/chị, mức lãi suất đầu tư nào thì phù hợp hơn?

Nếu KH lựa chọn “SPBH với lãi suất không đảm bảo”, ĐL chuyển sang bước tiếp theo “Đánh giá mức độ chấp nhận rủi ro”.

- Bắt buộc với sản phẩm ILP.
- Gồm 6 câu hỏi với nhiều lựa chọn có mức điểm khác nhau.
- Tổng điểm thể hiện mức độ chấp nhận rủi ro của khách hàng.
- Giúp khách hàng tham khảo trước khi lựa chọn quỹ đầu tư.

"Anh/chị vừa lựa chọn "Sản phẩm bảo hiểm với lãi suất không đảm bảo". Với lựa chọn này, giải pháp phù hợp với anh/chị chính là sản phẩm bảo hiểm kết hợp với đầu tư "Món Quà Tương Lai". Sản phẩm này vừa giúp bảo vệ tài chính cho người trụ cột, vừa cung cấp một cơ hội đầu tư giúp khách hàng hiện thực hóa các mục tiêu trong tương lai.

"Món Quà Tương Lai" của Manulife hiện có 9 quỹ đầu tư với tỷ suất lợi nhuận và rủi ro khác nhau. Tỷ suất lợi nhuận càng cao thì cũng hàm chứa mức rủi ro trong đầu tư càng cao. Để có thể xác định quỹ đầu tư nào và tỷ lệ đầu tư bao nhiêu là phù hợp, thì Manulife có một công cụ hỗ trợ - đó chính là "Phiếu đánh giá mức độ chấp nhận rủi ro". Anh/chị vui lòng dành vài phút thực hiện phiếu đánh giá này nhé.

Hoàn Thành Phiếu Đánh Giá Mức Độ Chấp Nhận Rủi Ro

Vui lòng hoàn tất "Phiếu đánh giá mức độ chấp nhận rủi ro" trước khi tạo Bàn Minh Họa của Món Quà Tương Lai

Hủy bỏ

Bắt đầu Phiếu đánh giá

Để sau

6. ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ CHẤP NHẬN RỦI RO

ĐL hỏi lần lượt từng câu để KH lựa chọn.

Cảm ơn anh/chị đã chia sẻ. Kết quả khảo sát mức độ chấp nhận rủi ro của anh/chị ở mức “Trung bình cao” đến “Cao”.

Độ tuổi và tình hình tài chính

Câu nào dưới đây mô tả đúng nhất về bạn?

- Dưới 35 tuổi, rất ít nghĩa vụ phải trả các khoản vay và các khoản chi tiêu lớn (dưới 30% thu nhập dùng để chi trả)
- Dưới 35 tuổi, có nghĩa vụ phải chi trả các khoản vay và các khoản chi tiêu lớn (30%-60% thu nhập dùng để chi trả)
- Từ 35-55 tuổi, rất ít nghĩa vụ phải trả các khoản vay và các khoản chi tiêu lớn (dưới 30% thu nhập dùng để chi trả)
- Từ 35-55 tuổi, có nghĩa vụ phải trả các khoản vay và các khoản chi tiêu lớn (30%-60% thu nhập dùng để chi trả)
- Đã nghỉ hưu hoặc sắp nghỉ hưu, rất ít nghĩa vụ phải trả các khoản vay và các khoản chi tiêu lớn (dưới 30% thu nhập dùng để chi trả)
- Đã nghỉ hưu hoặc sắp nghỉ hưu, có nghĩa vụ phải trả các khoản vay và các khoản chi tiêu lớn (30%-60% thu nhập dùng để chi trả)

Bạn sẵn sàng chấp nhận khoản đầu tư có mức độ rủi ro và biến động tương đối cao đến cao, với mức lợi nhuận kỳ vọng tương đối tốt.

Mức độ chấp nhận rủi ro của bạn
Trung bình cao - Cao

Đánh giá lần cuối: 17-11-2023

Xem lại phiếu đánh giá Hoàn thành

Tiếp xúc và trình bày

7. TRÌNH BÀY TÓM TẮT eFNA, eRPQ

Đây là bản tổng hợp các thông tin mà anh/chị vừa chia sẻ.

ĐL trình bày tóm tắt theo thông tin trên eFNA, eRPQ.

Căn cứ trên các thông tin này, em sẽ thiết kế giải pháp bảo hiểm “Món Quà Tương Lai” phù hợp với nhu cầu và khả năng tài chính của gia đình mình để anh/chị tìm hiểu.

ĐL chuyển sang bước tiếp theo “Thiết kế giải pháp”

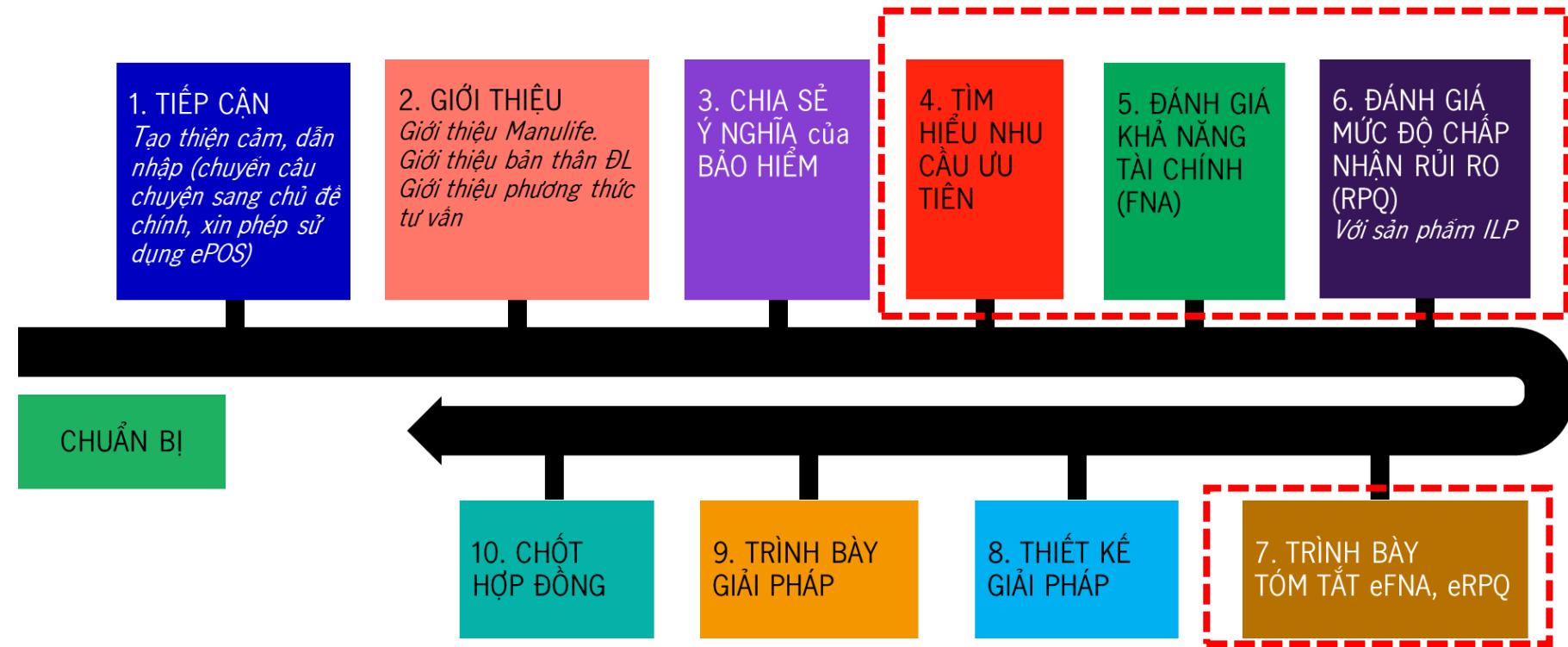
Manulife			
BẢNG CẤU HỘI ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG TÀI CHÍNH CỦA BẾN MUA BẢO HIỂM			
Họ và tên Khách hàng: NGUYỄN NAM	Tuổi: 30	Barcode: FNAV01	
Tình trạng gia đình:	<input type="checkbox"/> Độc thân	<input type="checkbox"/> Gia đình	
A. NHU CẦU TÀI CHÍNH TƯƠNG LAI*			
Mục tiêu tài chính bao gồm:			
MỤC TIÊU UY TIẾN	THU CẦU TÀI CHÍNH HIỆN TẠI	THỜI GIAN TÍCH LŨY	
Chuẩn bị cho Kế hoạch Hưu trí	5.000.000	20	
Bảo vệ sức khỏe			
Bảo vệ tài chính	5.000.000		
B. KHẢ NĂNG TÀI CHÍNH (QUÝ THÔNG NAM)			
TỔNG THU NHẬP	TỔNG CHI TIỀU		
Thu nhập ổn định	Chi phí thường xuyên		
• Thu nhập từ lương, tiền thưởng*	336.000	• Chi phí trang yếu*	180.000
• Thu nhập từ đầu tư, kinh doanh	0	• Chi phí giáo dục	0
Thu nhập không thường xuyên		• Chi phí giải trí, giao tiếp, mua sắm	0
• Chi thuê bất động sản	0	• Phi hóa đơn	0
• Tiền lì ngay hàng	0	• Mua sắm trả	0
• Cốm	0	Chi phí không thường xuyên	0
• Các khoản thu khác	0	• Mua sắm dự phòng	0
Tổng cộng*	336.000	Chi phí khác	0
TỔNG CHI	156.000	Tổng cộng*	180.000
Ø THU - CHI = 156.000			
Ø PHÍ BẢO HIỂM DỰ KIẾN ĐÖNG* = 40.320			
Ø THỜI GIAN ĐÖNG PHÍ BẢO HIỂM DỰ KIẾN* = 20 NĂM			
Tài sản có thể mất một thời gian để chứng minh được tài sản của Khách hàng vẫn còn phục vụ cho mục đích tài chính của anh/chị. Khách hàng vui lòng xác nhận		Tài sản có thể mất một thời gian để chứng minh được tài sản của Khách hàng vẫn còn phục vụ cho mục đích tài chính của anh/chị. Khách hàng vui lòng xác nhận	
Đại Lý Bảo Hiểm		Khách hàng	
Agent: 10401	MASS: 10401	NGUYỄN NAM	
*Phí đóng bảo hiểm tối thiểu			
Tổng đóng phí này chỉ nhằm mục đích minh bạch rõ ràng với chính quyền và bảo hiểm của Khách hàng tại Manulife Việt Nam sẽ không nhận phản ánh tên điều tra hoặc tên kiểm tra khác.			
INTERNAL			



THỰC HÀNH với ePOS



Quét mã QR để
thực hành đối luyện



CHIA SẺ *kinh nghiệm*



Tìm hiểu nhu cầu ưu tiên,
Đánh giá khả năng tài chính
& Đánh giá mức độ chấp nhận rủi ro

BẠN LỰA CHỌN TRỞ THÀNH ĐẠI LÝ NÀO?



ĐẠI LÝ A

- ▶ Tư vấn theo nhu cầu
- ▶ Tuân thủ yêu cầu của Luật trong tư vấn
- ▶ Thực hành thường xuyên để nhuần nhuyễn kỹ năng



ĐẠI LÝ B

- ▶ Chú trọng vào sản phẩm. Giả định nhu cầu, thúc ép khách hàng
- ▶ Không tuân thủ Luật trong tư vấn
- ▶ Không thực hành

BẠN CÓ BIẾT?

Chị Lan, một KHTN của Đại lý X, muốn tham gia SPBH có quyền lợi chăm sóc sức khỏe. Trước đây nhiều năm, chị Lan đã tham gia HĐBH với công ty bạn nhưng không có QL chăm sóc sức khỏe. Chị Lan hiện đang điều trị bệnh cao huyết áp.

Phát biểu nào sau đây đúng:

- A. Đại lý X không nên tư vấn hợp đồng mới cho chị Lan, vì chị Lan đang điều trị cao huyết áp nên hợp đồng dễ bị từ chối cấp.
- B. Đại lý X nên tư vấn cho chị Lan hủy bỏ hợp đồng hiện có ở công ty bạn để tham gia hợp đồng mới của Manulife có quyền lợi chăm sóc sức khỏe.
- C. Đại lý X nên tư vấn cho chị Lan tham gia hợp đồng mới của Manulife có quyền lợi chăm sóc sức khỏe, đồng thời vẫn tiếp tục duy trì hợp đồng hiện có với công ty bạn.
- D. Đại lý X nên tư vấn cho chị Lan tham gia hợp đồng mới của Manulife có quyền lợi chăm sóc sức khỏe, đồng thời vẫn tiếp tục duy trì hợp đồng hiện có với công ty bạn. Khi làm thủ tục yêu cầu bảo hiểm với Manulife, chị Lan không cần khai báo thông tin về bệnh cao huyết áp hiện có.

BẢN CẦN NHỚ

Đại lý nên tư vấn cho khách hàng tham gia sản phẩm bảo hiểm theo nhu cầu tài chính và nhu cầu bảo vệ của khách hàng. Công ty sẽ quyết định việc cấp hợp đồng thông thường, hoặc cấp hợp đồng với phí phụ trội, hoặc từ chối cấp sau khi xem xét hồ sơ yêu cầu bảo hiểm của khách hàng. Trong trường hợp hợp đồng bị từ chối cấp, hoặc hợp đồng được đề nghị cấp với phí phụ trội nhưng khách hàng không chấp thuận, phí bảo hiểm đã đóng của khách hàng sẽ được hoàn lại.

Khách hàng cần khai báo đầy đủ và chính xác về tình trạng sức khỏe khi làm thủ tục yêu cầu bảo hiểm. **Điều 129 Luật Kinh doanh bảo hiểm quy định:** Đại lý bảo hiểm không được ngăn cản BMBH cung cấp các thông tin liên quan đến HĐBH hoặc xúi giục BMBH, NĐBH không kê khai các thông tin liên quan đến HĐBH không được xúi giục khách hàng hủy bỏ HĐBH đang có hiệu lực dưới mọi hình thức.

BẠN CÓ BIẾT?

Phát biểu nào sau đây đúng về những việc mà Đại lý Manulife không được phép làm:

- A. Không được tiếp cận và tư vấn cho khách hàng nào mà trong vòng 30 ngày qua đang được Đại lý khác của Manulife tiếp cận tư vấn.
- B. Không được đồng thời là Đại lý của công ty bảo hiểm nhân thọ khác
- C. Không được gièm pha, nói xấu, bình luận tiêu cực, xúc phạm về công ty cạnh tranh.
- D. Các đáp án trên đều đúng.

BẢN CĂN NHỎ

Điều 127 Luật Kinh doanh bảo hiểm quy định: cá nhân không được đồng thời làm ĐLBH cho DNBH hoạt động trong cùng loại hình BH với DNBH mà cá nhân đó đang làm ĐL. Theo đó, đại lý của Manulife KHÔNG ĐƯỢC đồng thời là Đại lý của công ty bảo hiểm nhân thọ khác.

Theo “Quy định về kinh doanh trùng lắp” (số 2402/2020/MVL-PD) của Manulife, trong vòng 30 ngày sau khi một đại lý giới thiệu và tư vấn sản phẩm cho một khách hàng thì các đại lý khác KHÔNG ĐƯỢC tiếp xúc với khách hàng này. Quy định này nhằm hạn chế phát sinh các trường hợp kinh doanh trùng lắp hoặc các trường hợp có dấu hiệu xúi giục và lôi kéo khách hàng làm ảnh hưởng tới quyền lợi khách hàng, quyền lợi của đại lý phục vụ và thương hiệu Manulife.

Theo “Chính sách truyền thông xã hội” của Manulife, đại lý Manulife KHÔNG ĐƯỢC tham gia hoặc có bất kỳ hành vi ứng xử nào không phù hợp, bao gồm gièm pha, nói xấu, hoặc nhận xét mang tính xúc phạm, bình luận tiêu cực về đối thủ cạnh tranh của chúng ta.

KINH DOANH CHẤT LƯỢNG

LÀ YẾU TỐ TIÊN QUYẾT GIÚP
CHÚNG TA DẪN ĐẦU THỊ TRƯỜNG

Là thành viên của Manulife, bạn cần:

- Giữ gìn uy tín, sự chuyên nghiệp của chính mình và của Công ty
- Tư vấn giải pháp phù hợp nhu cầu và khả năng tài chính của khách hàng
- Giúp khách hàng hiểu đúng sản phẩm và duy trì hợp đồng lâu dài
- Nắm vững và tuân thủ đạo đức kinh doanh



CHÚNG TA ĐÃ HỌC GÌ?

SBW 4



1 TƯ VẤN THEO NHU CẦU

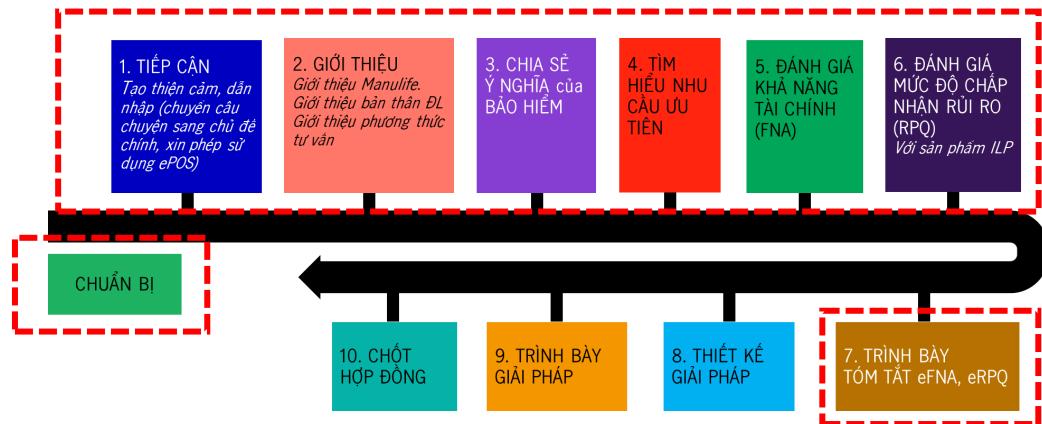
- Nhu cầu bảo hiểm
- Hành trình mua của KH
- Lợi thế, lợi ích của tư vấn theo nhu cầu
- 4 bước trong tư vấn theo nhu cầu
- Đặt câu hỏi để giúp KH nhận ra nhu cầu

2 KỸ NĂNG ĐẶT CÂU HỎI

- Câu hỏi đóng
- Câu hỏi mở
- Yếu tố phi ngôn ngữ

3 QUY ĐỊNH CỦA LUẬT KDBH LIÊN QUAN QUY TRÌNH TƯ VẤN

4 BƯỚC 3 - TIẾP XỨC & TRÌNH BÀY (P.1)



NỘI DUNG ➤

SBW5

BƯỚC 3 – TIẾP XÚC & TRÌNH BÀY (PHẦN 2)

- THIẾT KẾ GIẢI PHÁP
- TRÌNH BÀY GIẢI PHÁP



Chương Trình Phát Triển Sự Nghiệp *Dai Ly Chuyen Nghiep*



Chinh Phục Đỉnh Cao MDRT

Tháng 12+

HOẠCH ĐỊNH DI SÀN (3 ngày) <ul style="list-style-type: none"> • Tìm Hiểu Cơ Bản về Hoạch Định Di Sản • 9W – Hành Trình Thịnh Vượng Đa Thủ Hộ • Các Kế Hoạch Bảo Hiểm cho Doanh Nghiệp • Kế Hoạch Kế Nhiệm Kinh Doanh và Thỏa Thuận Mua-Bán • Tâm Nguyên Tắc Phân Phối Cửa Cải 	HOẠCH ĐỊNH TÀI CHÍNH CÁ NHÂN (Đại lý đạt chuẩn) <ul style="list-style-type: none"> • MFA 301 & Workshop (6 ngày) • MFA 302 & Workshop (4 ngày) • MFA 303 & Workshop (4 ngày) 	KỸ NĂNG XÃ HỘI <ul style="list-style-type: none"> • Kỹ Năng Giao Tiếp Kinh Doanh (1/2 ngày) • 7 Loại Hình Thông Minh (1/2 ngày) • Bí Quyết Xử Lý Than Phản của KH (1/2 ngày) • Kỹ Năng Kiểm Soát Cảm Xúc (1/2 ngày) • Kỹ Năng Hình Thành thói Quen (1/2 ngày) • Kỹ Năng Tự Động Viên (1/2 ngày) • Theo Dõi Hạnh Phúc (1/2 ngày)
---	--	---

Nâng Cao Hiệu Suất Kinh Doanh

Tháng 4-12

SỐ LƯỢNG HỢP ĐỒNG <ul style="list-style-type: none"> • Kỹ Năng Xin Lời Giới Thiệu (1/2 ngày) • Kỹ Năng Xin Hẹn KH La (1/2 ngày) • Kỹ Năng Tiếp Cận Trước Tiếp KH La (1 ngày) • Phục Vụ KH Chuyên Nghiệp (1/2 ngày) • Tư Vấn Bảo Hiểm Qua Doanh Nghiệp (1 ngày) 	ĐỘ LỚN HỢP ĐỒNG <ul style="list-style-type: none"> • Tư Vấn Bảo Hiểm Theo Nhu Cầu (1/2 ngày) • Kỹ Năng Đặt Câu Hỏi (1/2 ngày) • Nâng Cao Độ Lớn Hợp Đồng (1/2 ngày) • Xây Dựng Thương Hiệu Cá Nhân 4.0 (1 ngày) 	TỶ LỆ CHỐT HỢP ĐỒNG <ul style="list-style-type: none"> • Tâm lý KH Khi Mua Hàng (1/2 ngày) • 12 Cách Chốt Hợp Đồng Hiệu Quả (1/2 ngày) • Tư Vấn KH Qua 4 Nhóm Tình Cảnh (1/2 ngày)
--	--	--

Nâng Cao Năng Suất Kinh Doanh (1/2 ngày)

Tháng 1-3

QUY TRÌNH TƯ VẤN BẢO HIỂM (2 ngày)	KINH DOANH CHẤT LƯỢNG SBW (8 Chủ Đề) (1/2 ngày/chủ đề)	KINH DOANH HIỆU QUẢ QUA MẠNG XÃ HỘI (1/2 ngày)	CẨM NANG 90 NGÀY DÀNH CHO ĐẠI LÝ MỚI & CHUYỂN ĐỘNG 6/90
---	---	---	--

Kỹ Năng Tư Vấn Thực Chiến

Tháng 1-3

KHỞI NGHIỆP THÀNH CÔNG - MIT (5 ngày)	HỘI THAO DÀNH CHO ĐẠI LÝ MỚI (1/2 ngày)	ePOS CƠ BẢN (Online)	SỐ HÓA HÀNH TRÌNH CỦA ĐẠI LÝ (1 ngày)
--	--	-----------------------------	--

Kiến Thức Nền Tảng

Tháng 1-3

SẢN PHẨM & WORKSHOP SẢN PHẨM

“Sự khác biệt giữa **không thể** và **có thể**
nằm ở **QUYẾT TÂM** của mỗi người.”

Tommy Lasorda

HÀNH ĐỘNG NGAY HÔM NAY ĐỂ
thành công!



KINH DOANH CHẤT LƯỢNG

Phiên bản 8 buổi

Kênh Đại lý

Trung Tâm
Phát Triển
Chuyên Nghiệp



NHỮNG QUY ƯỚC CHUNG



ĐÚNG GIỜ
& THAM DỰ ĐẦY ĐỦ



TRANG PHỤC
CHUYÊN NGHIỆP



TOÀN TÂM



TƯƠNG TÁC



NHIỆT HUYẾT

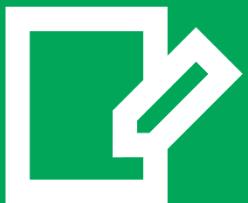


CAM KẾT



CHÚNG TA ĐÃ HỌC GÌ?

SBW1



THIẾT LẬP MỤC TIÊU & LẬP KẾ HOẠCH

1. Tinh thần doanh nhân & Các yếu tố để thành công
2. Thói quen thiết yếu của doanh nhân bảo hiểm thành công
3. Thiết lập mục tiêu SMART
4. Lập kế hoạch



SBW2

KHAI THÁC NGUỒN KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

MỤC TIÊU



Sau khi kết thúc SBW2, học viên có thể:

- ▶ Thiết lập được danh sách KHTN cho những hợp đồng kế tiếp
- ▶ Biết cách xin giới thiệu KHTN một cách chuyên nghiệp
- ▶ Nắm vững những điều nên làm và không được phép làm khi khai thác truyền thông xã hội trong kinh doanh

NỘI DUNG



1. **TÌM KIẾM KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG**
2. **XIN LỜI GIỚI THIỆU**
3. **HOẠT ĐỘNG TRÊN MẠNG XÃ HỘI**

1.

Tìm kiếm khách hàng tiềm năng



CHIA SẺ

Khách hàng
của bạn
trong những
hợp đồng đầu
tiên là ai?



*Tại sao bạn lựa chọn
người đó để tư vấn
trước tiên?*

GIÁ TRỊ CỦA MỘT KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

CÔNG THỨC THÀNH CÔNG



Phí bảo hiểm
trung bình
20
TR/HĐ

Hoa hồng
năm 1
5
TR/HĐ

Giá trị của
1 KHTN
500
K

KHÁCH HÀNG LÀ YẾU TỐ SỐNG CÒN.
ĐỂ THÀNH CÔNG TRONG NGHỀ TƯ VẤN
BẢO HIỂM, PHẢI LUÔN BỔ SUNG
KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG!

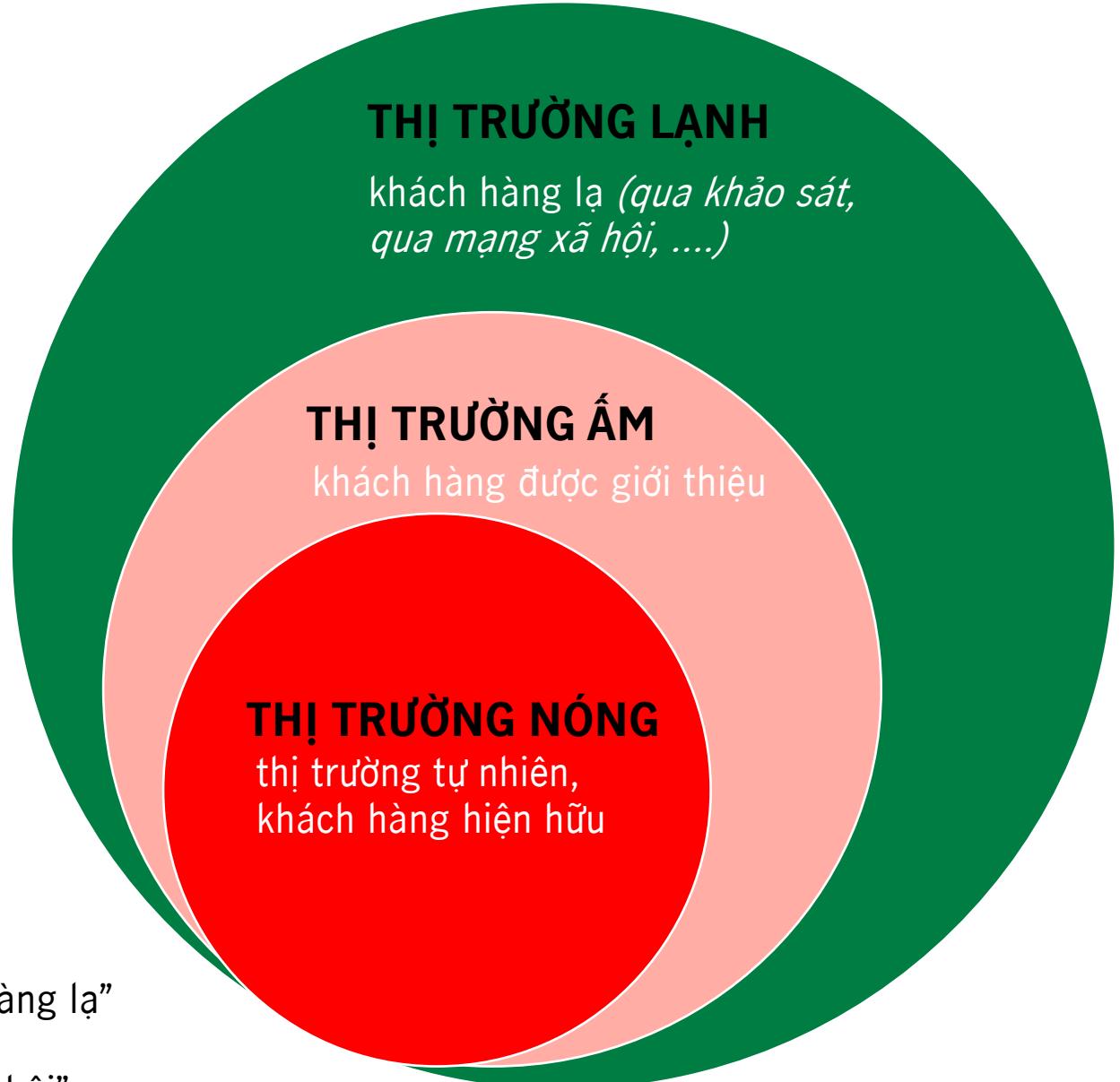
NGUỒN KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG



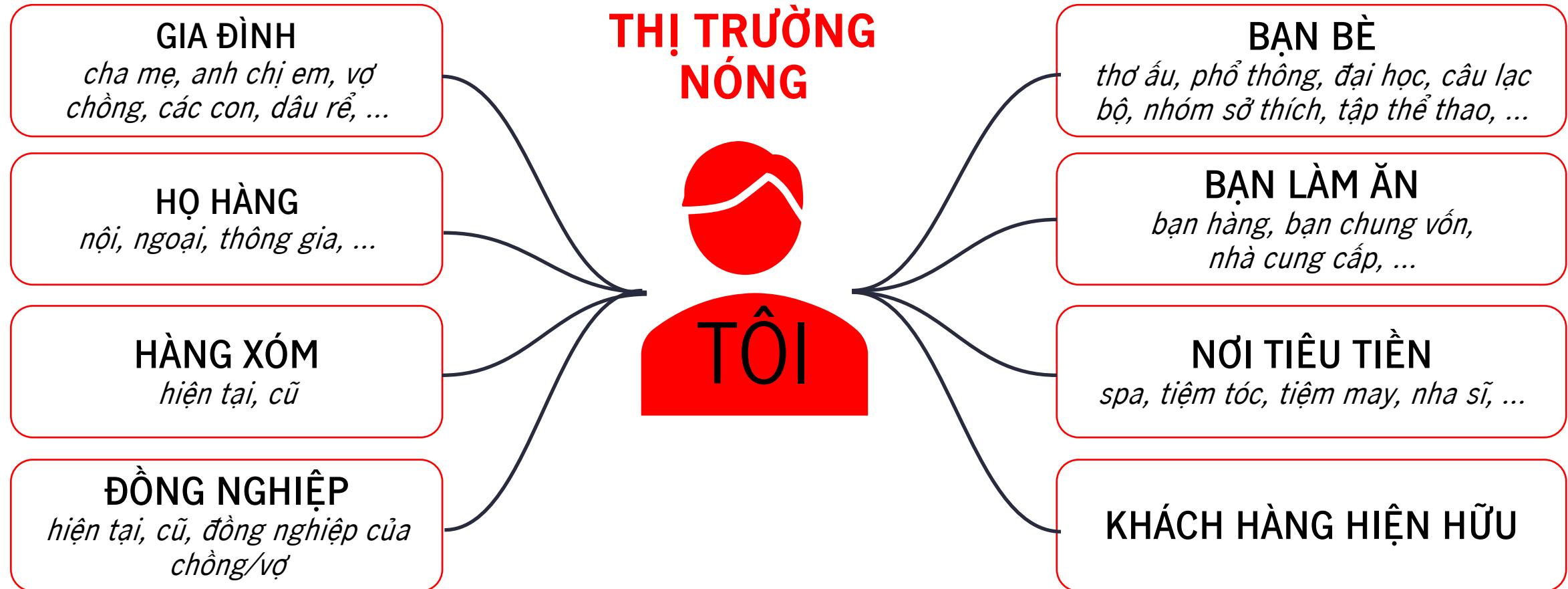
*Khách hàng không ở đâu xa.
Khách hàng ở xung quanh chúng ta*

Các CTHL liên quan:

- “Kỹ năng tiếp cận trực tiếp khách hàng lạ”
- “Kỹ năng xin hẹn khách hàng lạ”
- “Kinh doanh hiệu quả qua mạng xã hội”



NGUỒN KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG



Dành **ĐIỀU TỐT ĐẸP NHẤT** cho những người mà mình yêu thương ...

Bạn còn nhớ...

TIÊU CHÍ CHỌN LỌC KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG



Trung bình khá
trở lên

**Thu nhập
hàng tháng**

Mức độ
Thân thiết



Tin tưởng Đại lý

THẢO LUẬN *nhóm*

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG sản phẩm **Khởi Đầu Hạnh Phúc**



- Millennials (25 – 34 tuổi),
- Đang bắt đầu trở thành trụ cột gia đình,
- Tìm kiếm giải pháp để đảm bảo an toàn trong tương lai (tích lũy dài hạn & bảo vệ rủi ro),
- Chưa sở hữu bảo hiểm nhân thọ, bảo hiểm sức khỏe,
- Thu nhập cá nhân ≥ 18 triệu đồng /tháng

BÀI TẬP *cá nhân*



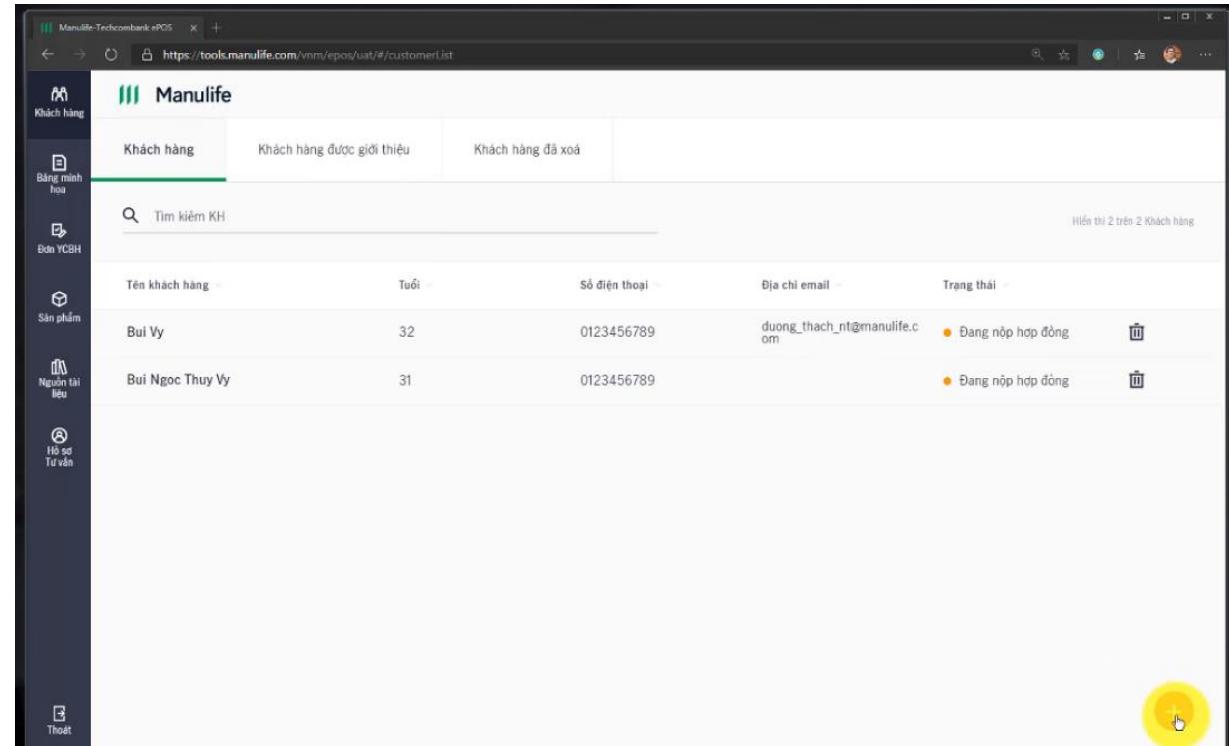
CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG hợp đồng đầu tay CỦA BẠN?



BÀI TẬP cá nhân

ePOS
(*electronic Point-Of-Sale*)
công cụ tư vấn
& nộp hợp đồng trực tuyến

Thiết lập danh sách **20 KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG** **trên ePOS** **để tiếp cận ngay**



2.

XIN LỜI *giới thiệu*



Tại sao cần
xin giới thiệu?



Clip “CÂU CHUYỆN VỀ BA NGƯỜI BẠN”



LỢI ÍCH CỦA XIN GIỚI THIỆU

KH được giới thiệu thường có chất lượng cao:

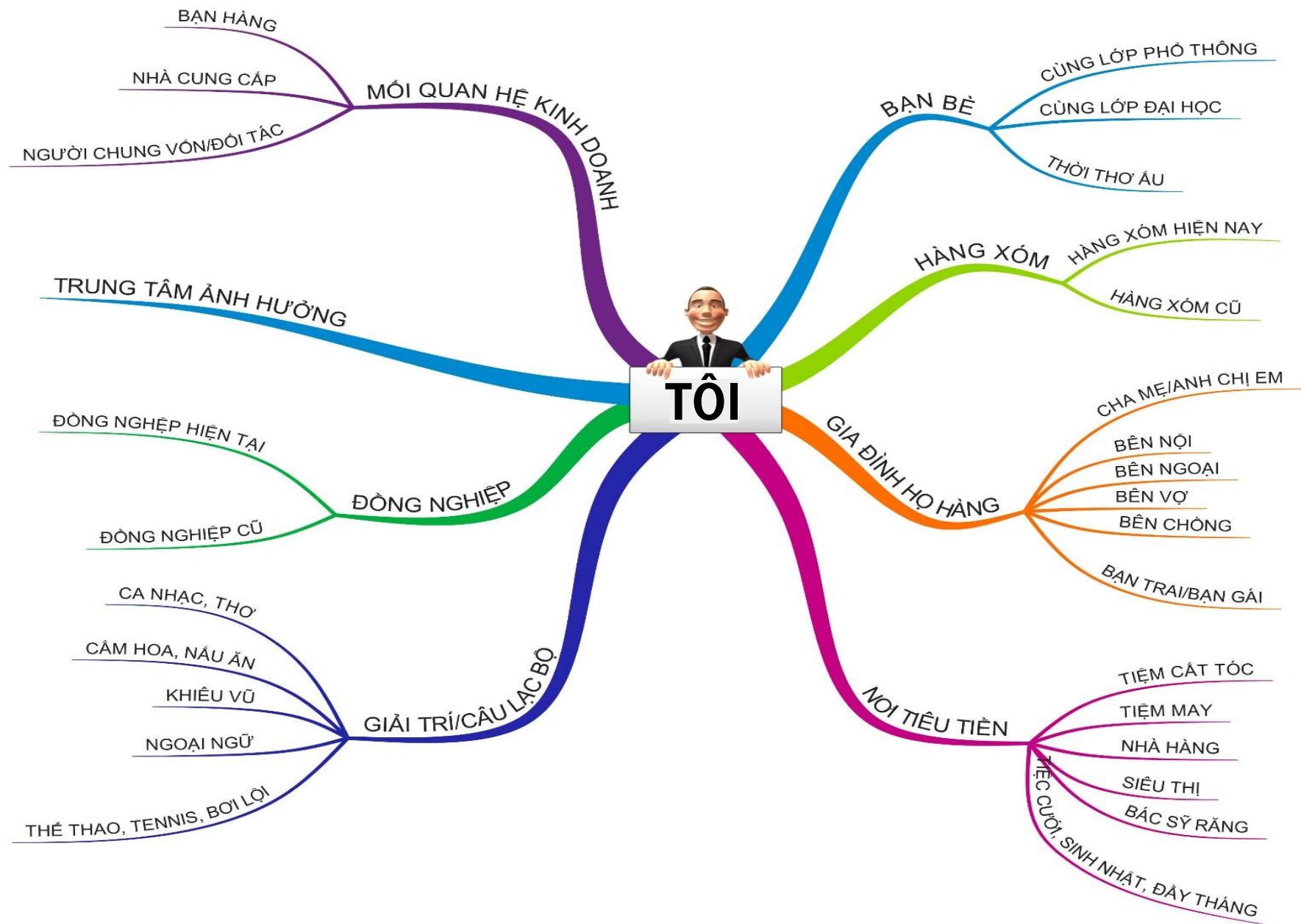
- Khả năng thành công trong thiết lập cuộc hẹn cao
- Khả năng chốt hợp đồng thành công cao

CẦN NHỚ:

- KH sẽ sẵn sàng giúp đỡ nếu ĐL tạo được niềm tin và phục vụ tốt.
- Tự KH không biết cách giới thiệu. ĐL cần chủ động xin và hướng dẫn KH.

HÃY XÂY DỰNG
THÓI QUEN
Xin Lời Giới Thiệu
**NGAY TỪ
HÔM NAY**

XIN GIỚI THIỆU TỪ AI?



QUY TRÌNH & LỜI THOẠI MẪU XIN GIỚI THIỆU



LÝ DO

ĐỀ NGHỊ

GỢI Ý

TRẤN AN

 Manulife

GIỚI THIỆU VỀ CÔNG VIỆC, NÊU LÝ DO XIN GIỚI THIỆU

Anh Nam ơi, anh biết đấy, công việc của em là lan tỏa lợi ích của giải pháp bảo hiểm của Manulife tới cộng đồng. Để làm được điều đó, em rất cần sự hỗ trợ của anh.

ĐỀ NGHỊ GIỚI THIỆU NGƯỜI THÂN, NGƯỜI QUEN

Anh Nam có thể giới thiệu cho em 5 người mà anh cũng muốn được phân tích nhu cầu tài chính và giới thiệu giải pháp bảo vệ tài chính giống như em vừa chia sẻ với anh?

GỢI Ý THÔNG TIN KHÁCH HÀNG

Đó có thể là người thân, đồng nghiệp, bạn bè, ... của anh chị, những người mới hoặc sắp lập gia đình; mới hoặc sắp sinh con; mới hoặc sắp có dự định mua nhà; mới thăng chức ... (Xin các thông tin tối thiểu: tên, số điện thoại, ...)

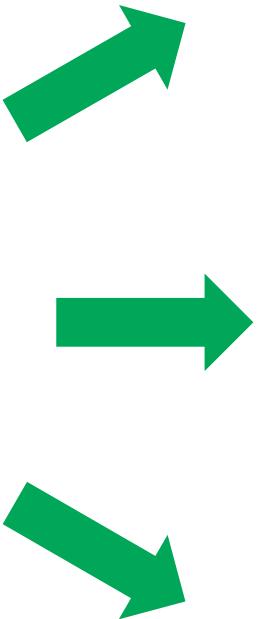
TRẤN AN KHI NGƯỜI ĐÓ ĐO DỰ

Anh yên tâm, em sẽ chỉ liên hệ với họ để chia sẻ, như em đã chia sẻ với anh thôi.

Cảm ơn anh Nam rất nhiều! Nếu được, anh Nam nói trước với họ giúp em là em sẽ liên hệ nhé.

Manulife Business Academy

THỜI ĐIỂM XIN GIỚI THIỆU



Quá trình tư vấn
và chốt hợp đồng



Quá trình
trao hợp đồng



Quá trình phục vụ
khách hàng

PHƯƠNG PHÁP & CÔNG CỤ HỖ TRỢ

NGƯỜI GIỚI THIỆU THÔNG BÁO TRƯỚC

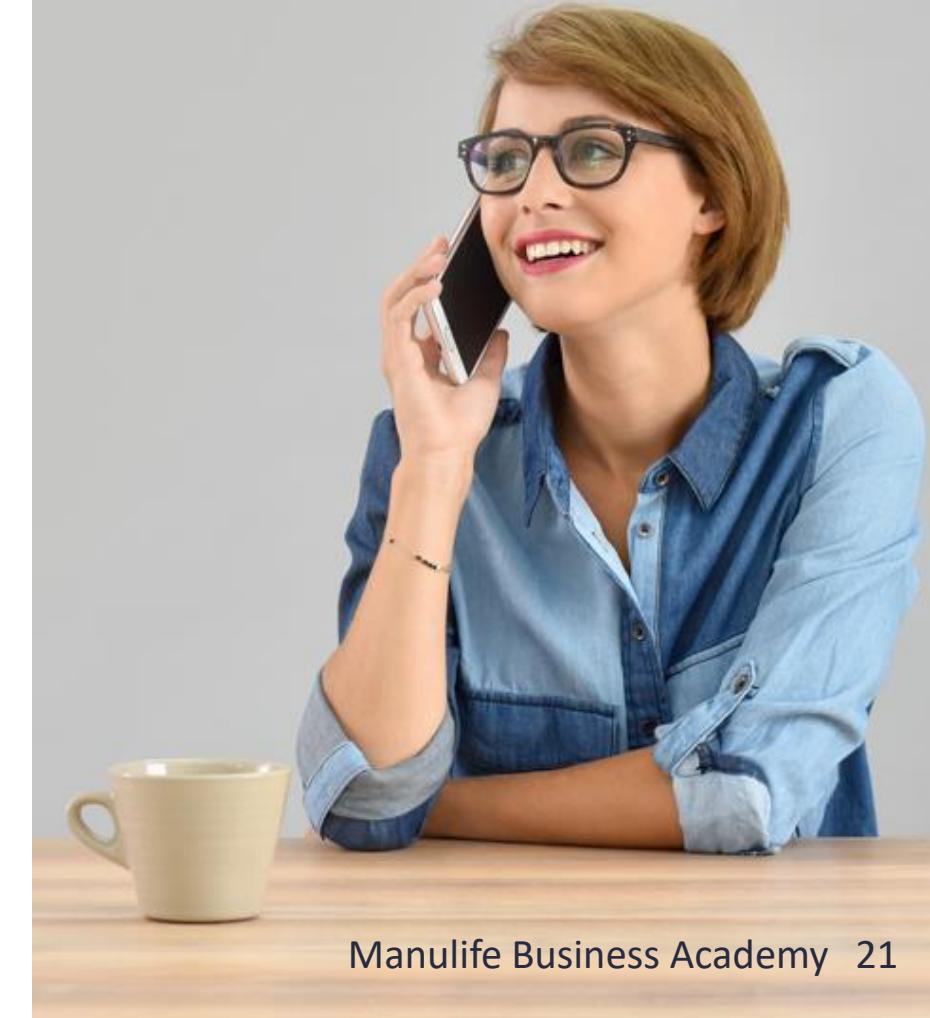
(gọi điện, viết email, nhắn tin, viết thư tay,...)

Lời thoại mẫu (dành cho người giới thiệu):

“Mình có một người bạn tên là....., hiện là Đại lý bảo hiểm của Công ty Manulife. Anh/chị ấy đã giúp gia đình mình tạo dựng ngân quỹ an toàn tài chính trong tương lai.

Mình rất hài lòng với dịch vụ chuyên nghiệp của anh/chị, vì vậy khi anh/chị ấy đặt vấn đề muốn được giới thiệu về giải pháp bảo vệ tài chính này tới người thân và bạn bè của mình, mình đã nghĩ ngay đến cậu.

Mình sẽ cho anh/chị ... số điện thoại để liên lạc với cậu nhé. Cậu hãy trao đổi với anh/chị ấy. Mình tin là cậu cũng sẽ thấy hữu ích. Chào cậu!”



PHƯƠNG PHÁP & CÔNG CỤ HỖ TRỢ

CẢM ƠN VÀ CẬP NHẬT THÔNG TIN CHO NGƯỜI GIỚI THIỆU

- Tặng món quà nhỏ để cảm ơn người giới thiệu
- Luôn cập nhật tiến trình tư vấn cho người giới thiệu



THỰC HÀNH

Xin lời
giới thiệu



Trăm hay không bằng tay quen!

LÝ DO

ĐỀ NGHỊ

GỢI Ý

TRÂN AN



Quét mã QR để tham gia
thực hành đối luyện



Quét mã QR để xem lại/tải
tài liệu mẫu

CHIA SẺ
kinh nghiệm

TÌM KIẾM KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG & MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG THÔNG QUA XIN GIỚI THIỆU

BẠN LỰA CHỌN TRỞ THÀNH ĐẠI LÝ NÀO?



ĐẠI LÝ A

Tôi sẽ bổ sung danh sách KH tiềm năng mỗi ngày để “tài khoản” KH tiềm năng của tôi luôn đầy



ĐẠI LÝ B

Tôi sẽ tìm kiếm KH tiềm năng khi danh sách KH tiềm năng của tôi sắp hết

NHỮNG VIỆC CẦN LÀM NGAY & LÀM ĐỀU ĐẶN



- XIN GIỚI THIỆU ÍT NHẤT 3 NGƯỜI MỚI mỗi khi tiếp cận KH.
- BỔ SUNG THÊM ít nhất 3 KHTN MỚI vào danh sách mỗi ngày.



- Liên tục CẬP NHẬT THÔNG TIN khách hàng

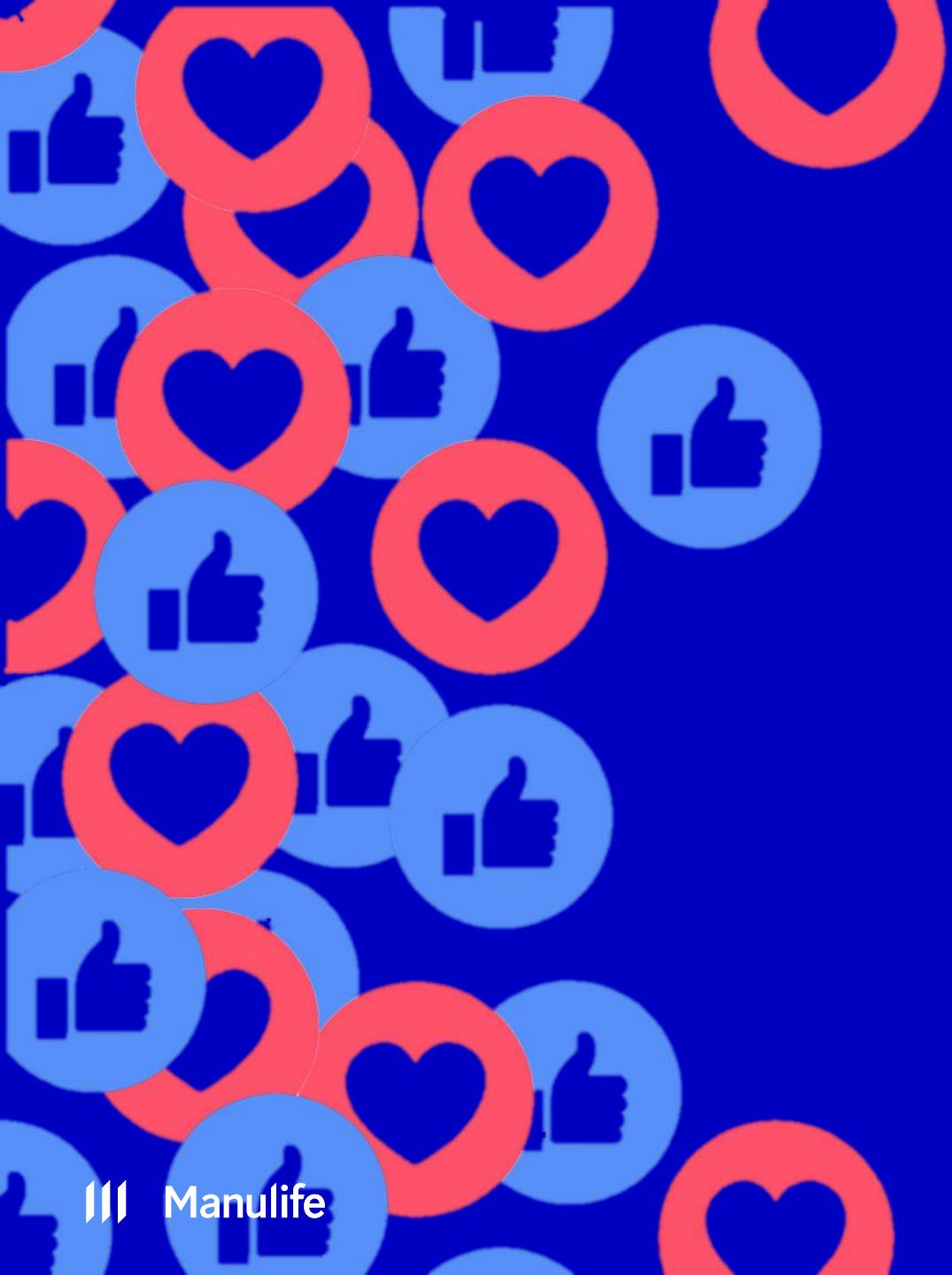


- MỞ RỘNG và NUÔI DƯỠNG CÁC MỐI QUAN HỆ để xin lời giới thiệu, gắn kết với KHTN chất lượng cao và Trung Tâm Gây Ảnh Hưởng.
- NUÔI DƯỠNG MỐI QUAN HỆ với những KHTN chưa thân thiết
- Chú ý những KH tiềm năng trung bình để NHẬN DIỆN CƠ HỘI TƯ VẤN
- Lên kế hoạch GỌI NGAY cho những KH tiềm năng cao

3.

Hoạt động TRÊN MẠNG XÃ HỘI





BẠN CÓ BIẾT?

Mạng xã hội (fanpage, website, facebook, zalo, instagram, linkedIn, viber, whatsapp, ...), có thể hỗ trợ bạn rất hiệu quả trong việc tìm kiếm KHTN.

Khi hoạt động trên mạng xã hội, bạn cần lưu ý điều gì?

1.

Lựa chọn đáp án
đúng và đầy đủ nhất
Khi hoạt động trên
mạng xã hội, Đại lý
Manulife cần lưu ý
điều gì?

- A. Không sử dụng logo và tên thương hiệu Manulife trong tên/hình đại diện, tên trang web, URL, ...
- B. Có thể tạo trang web riêng miễn là không sử dụng tên, logo, biểu tượng hoặc các yếu tố thương hiệu của Manulife trong trang web.
- C. Có thể đăng thông tin nội bộ, thông tin chưa công khai, thông tin mật của Công ty trên mạng xã hội.
- D. Đáp án A và B đúng.
- E. Đáp án A, B, C đúng

Tình huống 1 - BẢN CĂN NHỎ

Các công cụ truyền thông xã hội hỗ trợ đắc lực cho Đại lý trong công việc kinh doanh, đặc biệt trong tương tác tìm kiếm khách hàng và xây dựng thương hiệu cá nhân của Đại lý.

Trong các trang mạng xã hội cá nhân, bạn nên tạo ảnh đại diện chuyên nghiệp là ảnh cá nhân hoặc đôi ngũ của bạn. Bạn có thể sử dụng khung ảnh avatar, banner hoặc các hình ảnh chính thức do Công ty Manulife thiết kế và đã đăng công khai trên website hoặc fanpage của Manulife Việt Nam (bạn không được thay đổi, điều chỉnh hoặc thiết kế lại). Trong trang cá nhân, bạn nên nêu rõ mối quan hệ của bạn đối với Manulife, ví dụ: "*Tôi là đại lý của Công ty Manulife*".

Bạn không được tự ý sử dụng logo và tên thương hiệu Manulife trong tên/hình đại diện, URL, trang web riêng, vật phẩm bán hàng/quảng cáo, hoặc giả mạo thư điện tử của Manulife. Bạn có thể tạo trang web riêng miễn là không sử dụng tên, logo, biểu tượng hoặc các yếu tố thương hiệu của Manulife trong trang web.

Bạn không được phép đăng thông tin về Công ty Manulife nếu nội dung chưa được công bố công khai qua cổng thông tin trực tuyến chính thức của Công ty Manulife, không được phép đăng tài liệu "chỉ sử dụng nội bộ", bao gồm cả thông tin y tế và kết quả tài chính của Công ty.

2.

Khi hoạt động trên
không gian mạng,
*Đại lý nào sau đây
đã hành xử đúng và
phù hợp với các quy
định trong chính sách
tuân thủ của
Manulife?*

- Đại lý A thấy có nhiều người tương tác, nhận xét trong một bài viết trên facebook về vụ làm ăn giữa các tập đoàn lớn, trong đó có công ty Manulife. Đại lý A nhận thấy các thông tin này có thể thu hút đông người xem nên lập tức chia sẻ các thông tin này trên trang cá nhân của mình.
- Đại lý B vào trang web chính thức www.manulife.com.vn, sao chép các nội dung về sản phẩm, dịch vụ của Công ty về trang cá nhân của mình để quảng cáo.
- Đại lý C không đủ chỉ tiêu nhận thưởng trong cuộc thi đua lần này. Đại lý C đăng bài phàn nàn trên mạng xã hội.
- Đại lý D có khách hàng được chi trả QLBH sức khỏe. Đại lý D chụp hình khách hàng đó cùng chứng từ chi trả của Manulife và đăng tải trên facebook cá nhân.

Tình huống 2 - BẢN CẦN NHỚ

Là Đại lý chuyên nghiệp của Manulife, bạn chỉ chia sẻ, đăng tải trên mạng xã hội các nội dung, hình ảnh quảng bá, thông tin TÍCH CỰC, mang tính CHÍNH THỐNG và CÔNG KHAI. Việc chia sẻ, đăng tải các thông tin chính thống, tích cực cũng sẽ giúp tạo hình ảnh, thương hiệu cá nhân chuyên nghiệp, uy tín cho bạn và đội ngũ của bạn.

Manulife đã xây dựng sẵn những nội dung giới thiệu Công ty, giới thiệu sản phẩm dịch vụ của Công ty, và đăng tải công khai trên các trang truyền thông xã hội và trang web chính thức của Công ty. Công ty khuyến khích bạn chia sẻ lại những nội dung này bằng cách sao chép hoặc chuyển tiếp từ các trang thông tin chính thức đó (PWS, FB, LinkedIn, Youtube).

Đại lý Manulife không đăng tải hoặc chia sẻ thông tin sai lệch, giả mạo, thông tin chưa được xác minh, thông tin không đảm bảo trên mạng xã hội. Việc đăng tải, chia sẻ các thông tin không chính xác sẽ dễ gây hiểu lầm, ảnh hưởng rất lớn đến hình ảnh và uy tín của các bên liên quan. Trước khi chia sẻ hay đăng tải bất kỳ nội dung nào liên quan đến Công ty Manulife, nếu có nghi ngại, bạn hãy liên hệ với Bộ Phận Tuân Thủ của Công ty để kiểm tra tính chính xác của thông tin.

Chúng ta thu thập các thông tin khách hàng cần thiết (tên, ngày sinh, địa chỉ, số điện thoại, nghề nghiệp, mã số thuế, số giấy tờ tùy thân, thông tin giao dịch, thông tin sức khỏe, v.v...) liên quan tới sản phẩm và dịch vụ mà chúng ta cung cấp. Trách nhiệm của chúng ta là bảo vệ an toàn thông tin của khách hàng. Là Đại lý Manulife, bạn không đăng, chia sẻ thông tin và hình ảnh khách hàng khi chưa có sự đồng ý của khách hàng; không tiết lộ thông tin của khách hàng; không thảo luận những vấn đề bí mật của khách hàng ở nơi công cộng hoặc trên mạng xã hội.

3.

Để quảng cáo sản
phẩm của Công ty,
*Đại lý có thể thực
hiện những hoạt
động nào dưới đây?*

- A. Sử dụng các tài liệu sẵn có trong trang web chính thức của Manulife hoặc do Manulife cung cấp để gửi khách hàng.
- B. Copy nội dung quảng cáo sản phẩm của Công ty từ trang web chính thức của Manulife, sau đó chỉnh sửa, bổ sung nội dung và đăng tải trên trang mạng xã hội cá nhân của mình.
- C. Copy nội dung quảng cáo sản phẩm của Công ty để in thành tờ rơi phát cho khách hàng mà không xin Công ty phê duyệt.
- D. Tự viết bài nhận xét, thảo luận quan điểm về Công ty; về sản phẩm, dịch vụ của Công ty trên mạng xã hội.

Tình huống 3 - BẢN CẨN NHỎ

Là Đại lý Manulife, bạn có trách nhiệm hành xử đúng đắn và cẩn trọng với những phát ngôn của bạn về Công ty.

Khi Đại lý Manulife đăng bài công khai hoặc thảo luận quan điểm riêng về Manulife trên mạng xã hội (Facebook, Zalo, Instagram, LinkedIn, YouTube v.v...), điều này có thể gây ra hậu quả nghiêm trọng.

Nếu chúng ta không hành động một cách có trách nhiệm trên mạng xã hội, chúng ta và cả Công ty mà chúng ta đang đại diện sẽ phải đối mặt với rủi ro pháp lý, tai tiếng trên thị trường và cả tổn thất về tài chính.

Bạn luôn phải truyền đạt thông tin một cách đầy đủ và chính xác đến khách hàng về đặc tính và quyền lợi sản phẩm, dịch vụ mà Công ty cung cấp. Bạn chỉ được sử dụng các biểu mẫu, tài liệu, tài liệu và công cụ bán hàng do Manulife cung cấp hoặc chấp thuận.

4.

Đại lý X nhận được lời mời phỏng vấn từ một phóng viên, nội dung cuộc phỏng vấn là về sản phẩm bảo hiểm mới ra mắt của Manulife.

Đại lý X cần làm gì?

- A. Nhận lời mời nếu nắm vững kiến thức về sản phẩm đó.
- B. Từ chối lời mời và đề nghị phóng viên liên hệ với Bộ phận Marketing của Công ty.
- C. Liên hệ với Giám đốc Kinh Doanh Khu Vực và Bộ Phận Marketing của Công ty để xin phê chuẩn nội dung trước khi thực hiện.
- D. Đáp án B và C đúng

Tình huống 4 - BẢN CĂN NHỎ

Đại lý không được tự ý liên hệ với cơ quan truyền thông, báo, đài để cung cấp thông tin hoặc thực hiện quảng cáo khi chưa có sự đồng ý bằng văn bản của Công ty. Đại lý vui lòng liên hệ Bộ Phận Marketing để được hướng dẫn và phê chuẩn nội dung trước khi thực hiện.

KINH DOANH CHẤT LƯỢNG

LÀ YẾU TỐ TIÊN QUYẾT GIÚP
CHÚNG TA DẪN ĐẦU THỊ TRƯỜNG

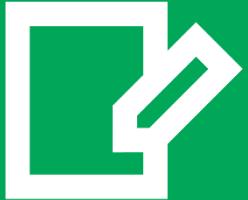
Là thành viên của Manulife, bạn cần:

- Giữ gìn uy tín, sự chuyên nghiệp của chính mình và của Công ty
- Tư vấn giải pháp phù hợp nhu cầu và khả năng tài chính của khách hàng
- Giúp khách hàng hiểu đúng sản phẩm và duy trì hợp đồng lâu dài
- Nắm vững và tuân thủ đạo đức kinh doanh



CHÚNG TA ĐÃ HỌC GÌ?

SBW2



1 TÌM KIẾM KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

Giá trị của 1 KHTN

Tiêu chí chọn lọc KHTN

Chân dung KH ULP
Chân dung KH đầu tiên

3 HOẠT ĐỘNG TRÊN MẠNG XÃ HỘI

2 XIN LỜI GIỚI THIỆU

Lợi ích

Nguồn xin giới thiệu

Thời điểm xin giới thiệu

Quy trình xin giới thiệu:
Lý do, đề nghị, gợi ý, trấn an

Phương pháp & công cụ
hỗ trợ

NỘI DUNG ➤

SBW3

THIẾT LẬP CUỘC HẸN QUA ĐIỆN THOẠI

1. Thiết lập cuộc hẹn
2. Xử lý từ chối khi xin hẹn



Chương Trình Phát Triển Sự Nghiệp *Dai Ly Chuyen Nghiep*



Chinh Phuc Dinh Cao MDRT

Tháng 12+

HOẠCH ĐỊNH DI SÀN (3 ngày) <ul style="list-style-type: none"> • Tìm Hiểu Cơ Bản về Hoạch Định Di Sản • 9W – Hành Trình Thịnh Vượng Đa Thủ Hộ • Các Kế Hoạch Bảo Hiểm cho Doanh Nghiệp • Kế Hoạch Kế Nhiệm Kinh Doanh và Thỏa Thuận Mua-Bán • Tâm Nguyên Tắc Phân Phối Cửa Cải 	HOẠCH ĐỊNH TÀI CHÍNH CÁ NHÂN (Đại lý đạt chuẩn) <ul style="list-style-type: none"> • MFA 301 & Workshop (6 ngày) • MFA 302 & Workshop (4 ngày) • MFA 303 & Workshop (4 ngày) 	KỸ NĂNG XÃ HỘI <ul style="list-style-type: none"> • Kỹ Năng Giao Tiếp Kinh Doanh (1/2 ngày) • 7 Loại Hình Thông Minh (1/2 ngày) • Bí Quyết Xử Lý Than Phản của KH (1/2 ngày) • Kỹ Năng Kiểm Soát Cảnh Xúc (1/2 ngày) • Kỹ Năng Hình Thành thói Quen (1/2 ngày) • Kỹ Năng Tự Động Viên (1/2 ngày) • Theo Dõi Hạnh Phúc (1/2 ngày)
---	--	--

Nâng Cao Hiệu Suất Kinh Doanh

Tháng 4-12

SỐ LƯỢNG HỢP ĐỒNG <ul style="list-style-type: none"> • Kỹ Năng Xin Lời Giới Thiệu (1/2 ngày) • Kỹ Năng Xin Hẹn KH La (1/2 ngày) • Kỹ Năng Tiếp Cận Trước Tiếp KH La (1 ngày) • Phục Vụ KH Chuyên Nghiệp (1/2 ngày) • Tư Vấn Bảo Hiểm Qua Doanh Nghiệp (1 ngày) 	ĐỘ LỚN HỢP ĐỒNG <ul style="list-style-type: none"> • Tư Vấn Bảo Hiểm Theo Nhu Cầu (1/2 ngày) • Kỹ Năng Đặt Câu Hỏi (1/2 ngày) • Nâng Cao Độ Lớn Hợp Đồng (1/2 ngày) • Xây Dựng Thương Hiệu Cá Nhân 4.0 (1 ngày) 	TỶ LỆ CHỐT HỢP ĐỒNG <ul style="list-style-type: none"> • Tâm lý KH Khi Mua Hàng (1/2 ngày) • 12 Cách Chốt Hợp Đồng Hiệu Quả (1/2 ngày) • Tư Vấn KH Qua 4 Nhóm Tình Cảnh (1/2 ngày)
--	--	--

Nâng Cao Năng Suất Kinh Doanh (1/2 ngày)

Tháng 1-3

QUY TRÌNH TƯ VẤN BẢO HIỂM (2 ngày)	KINH DOANH CHẤT LƯỢNG SBW (8 Chủ Đề) (1/2 ngày/chủ đề)	KINH DOANH HIỆU QUẢ QUA MẠNG XÃ HỘI (1/2 ngày)	CẨM NANG 90 NGÀY DÀNH CHO ĐẠI LÝ MỚI & CHUYỂN ĐỘNG 6/90
---	---	---	--

Kỹ Năng Tư Vấn Thực Chiến

Tháng 1-3

KHỞI NGHIỆP THÀNH CÔNG - MIT (5 ngày)	HỘI THAO DÀNH CHO ĐẠI LÝ MỚI (1/2 ngày)	ePOS CƠ BẢN (Online)	SỐ HÓA HÀNH TRÌNH CỦA ĐẠI LÝ (1 ngày)	SẢN PHẨM & WORKSHOP SẢN PHẨM
--	--	-----------------------------	--	---

Kiến Thức Nền Tảng

“Sự khác biệt giữa **không thể** và **có thể**
nằm ở **QUYẾT TÂM** của mỗi người.”

Tommy Lasorda

HÀNH ĐỘNG NGAY HÔM NAY ĐỂ
thành công!



KINH DOANH CHẤT LƯỢNG

Phiên bản 8 buổi

Kênh Đại lý

Trung Tâm
Phát Triển
Chuyên Nghiệp



NHỮNG QUY ƯỚC CHUNG



ĐÚNG GIỜ
& THAM DỰ ĐẦY ĐỦ



TRANG PHỤC
CHUYÊN NGHIỆP



TOÀN TÂM



NHIỆT HUYẾT



TƯƠNG TÁC

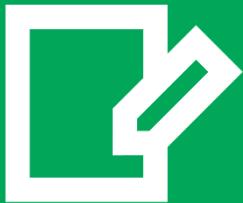


CAM KẾT



CHÚNG TA ĐÃ HỌC GÌ?

SBW5

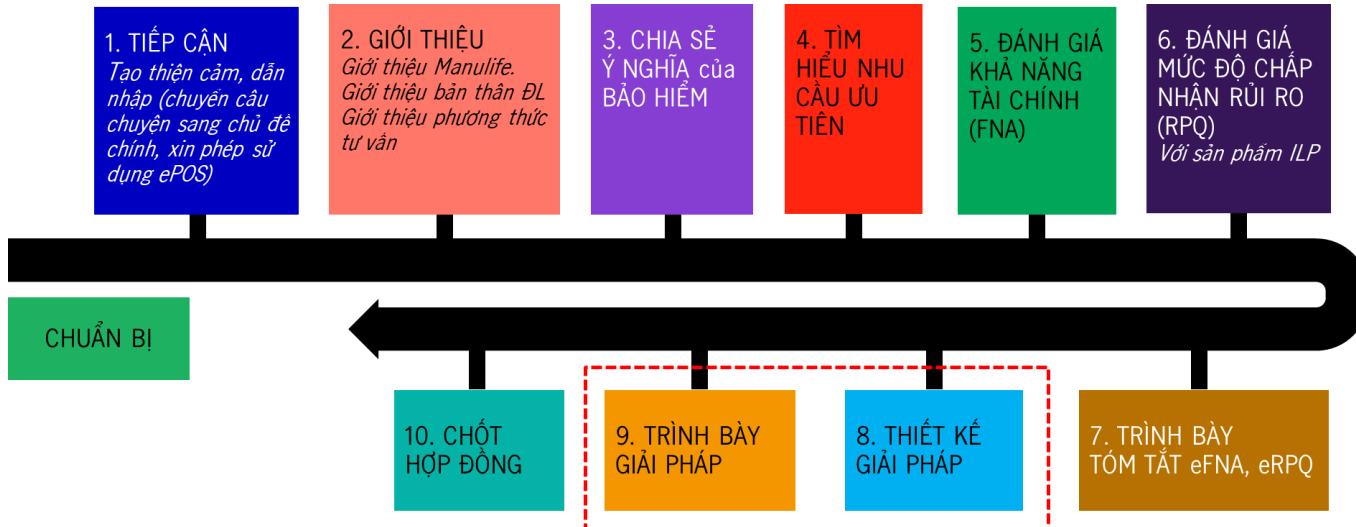


1 THIẾT KẾ GIẢI PHÁP

- Kỹ thuật cơ bản
- Lưu ý
- Giải pháp tham khảo

2 TRÌNH BÀY GIẢI PHÁP

- Đặc tính SP vs Lợi ích SP
- 8 bước trình bày giải pháp ULP & Lời thoại mẫu
- Lưu ý
- Trình bày giải pháp trên ePOS





GIẢI ĐÁP THẮC MẮC CỦA KHÁCH HÀNG & CHỐT HỢP ĐỒNG

MỤC TIÊU



Sau khi kết thúc SBW 6, học viên có thể:

Làm chủ các thắc mắc thường gặp của khách hàng và biết cách chốt hợp đồng với các kỹ thuật cơ bản

NỘI DUNG

- 1. GIẢI ĐÁP THẮC MẮC CỦA KHÁCH HÀNG**
- 2. CHỐT HỢP ĐỒNG**

1.

GIẢI ĐÁP *thắc mắc của khách hàng*



CHIA SẺ

Trải nghiệm
của bạn
khi giải đáp
thắc mắc của
khách hàng

- Kinh nghiệm THÀNH CÔNG
- Nguyên nhân CHỮA THÀNH CÔNG

“PHÒNG BỆNH HƠN CHỮA BỆNH”

➤ CHỦ ĐỘNG

- Xây dựng lòng tin nơi khách hàng.
- Khi tư vấn, đặt nhiều câu hỏi để khách hàng trải lòng chia sẻ.
- Nhận biết các thắc mắc thường gặp & điều chỉnh phần trình bày để ngăn chặn thắc mắc.
- Tư vấn theo nhu cầu và khả năng tài chính. Cung cấp giá trị thực cho khách hàng.

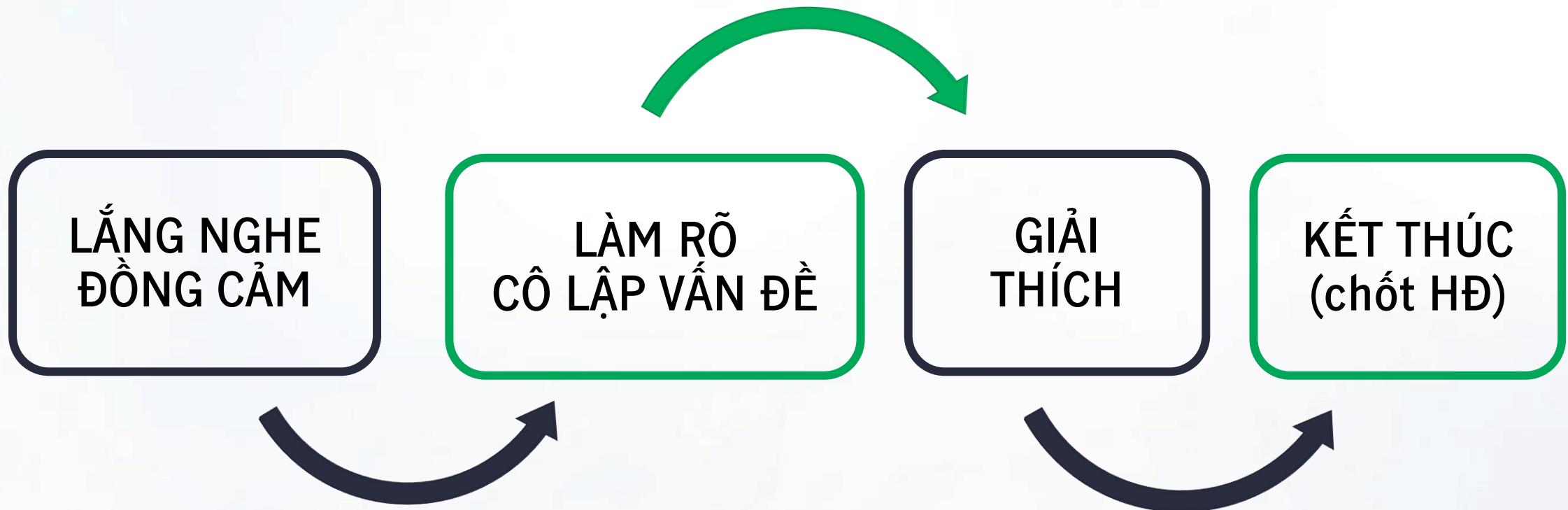
➤ TỰ TIN

- Tâm lý vững vàng khi tư vấn
- Tự tin vào khả năng của bản thân
- Hiểu rõ vị thế và thành tựu của công ty
- Nắm chắc kiến thức liên quan

Thành Công Trong
Chuẩn Bị Là
Chuẩn Bị Để
Thành Công

QUY TRÌNH GIẢI ĐÁP THẮC MẮC

BẠN CÒN NHỚ?



KỸ THUẬT GIẢI ĐÁP THẮC MẮC

ĐỒNG CẢM (*Feel-Felt-Found*)



“Nhiều người cũng có *cùng suy nghĩ* như anh. Nhưng sau khi được tư vấn thì họ đã hiểu rằng ...”

“Tôi *hiểu* điều trăn trở của anh. Nhiều khách hàng của tôi trước đây *cũng có những suy nghĩ* như vậy. Nhưng sau khi được tư vấn thì họ hiểu ra rằng...”

“Tôi *hiểu* những phân tích của chị, nhiều khách hàng thận trọng của tôi trước kia *cũng đánh giá* như vậy. Nhưng sau khi được cung cấp thêm thông tin thì họ nhận ra rằng...”

KỸ THUẬT GIẢI ĐÁP THẮC MẮC ĐỐI NGƯỢC (*Boomerang*)



“*Đó chính là lý do tôi muốn gặp anh để....*”

“*Đó chính là lý do tôi gọi điện thoại trước để sắp xếp cuộc hẹn với anh....*”

“*Đó chính là lý do nhiều gia đình đã phải lập kế hoạch chi tiêu để tiết kiệm từng khoản nhỏ....*”

“*Đó chính là lý do nhiều người đã phải tính đến kế hoạch hưu trí thảnh thơi ngay từ khi còn trẻ....*”

KỸ THUẬT GIẢI ĐÁP THẮC MẮC NÓI VÒNG (*Pass up*)



"Tôi hiểu nỗi lo của anh. Anh biết không, tôi thường xuyên tìm kiếm những khách hàng có cùng băn khoăn như anh để chia sẻ và giải quyết. Nào, bây giờ chúng ta bắt đầu nói về quan tâm thứ nhất của anh..."

*"Thật là lý thú. Trước khi thảo luận đầy đủ, tôi xin phép chị **được nói 2 điều** mà tôi nghĩ rằng sẽ mang lại cho chị góc nhìn khác về giải pháp của chúng tôi. Một là, ..."*

KỸ THUẬT GIẢI ĐÁP THẮC MẮC

BÙ ĐẮP (*Compensation*)



“Vì vậy mà trong hợp đồng bảo hiểm có thêm một điều khoản nhằm giúp khách hàng có thể thay đổi quyết định của mình trong vòng 21 ngày đầu tiên”.

“Vì lý do đó mà Manulife đã đưa ra nhiều biện pháp nhằm giúp KH vượt qua những khó khăn tài chính tạm thời như.....”

“Anh ... à, ngay cả trong trường hợp quá khó khăn về tài chính, HĐBH cũng chưa mất hiệu lực ngay mà chờ khách hàng khôi phục trong vòng 24 tháng ...”

“Chị có thể lựa chọn những định kỳ đóng phí khác nhau, như quý..., tháng"

BÍ KÍP thành công trong giải đáp thắc mắc

- Ghi lại lý do thắc mắc
- Trả lời trung thực, tự tin
- Khéo léo đính chính thông tin bị hiểu sai
- Bình tĩnh, không tranh luận với khách hàng
- Tôn trọng khách hàng. Kiên nhẫn.
- Liên tục rèn luyện để tự tin giải đáp thắc mắc của khách hàng

2. CHỐT HỢP ĐỒNG



BAO NHIÊU LẦN CHỐT HỢP ĐỒNG LÀ ĐỦ?

Bạn có biết?

46% đại lý bỏ về sau **1** lần chốt HD

24% đại lý bỏ về sau **2** lần chốt HD

14% đại lý bỏ về sau **3** lần chốt HD

12% đại lý bỏ về sau **4** lần chốt HD

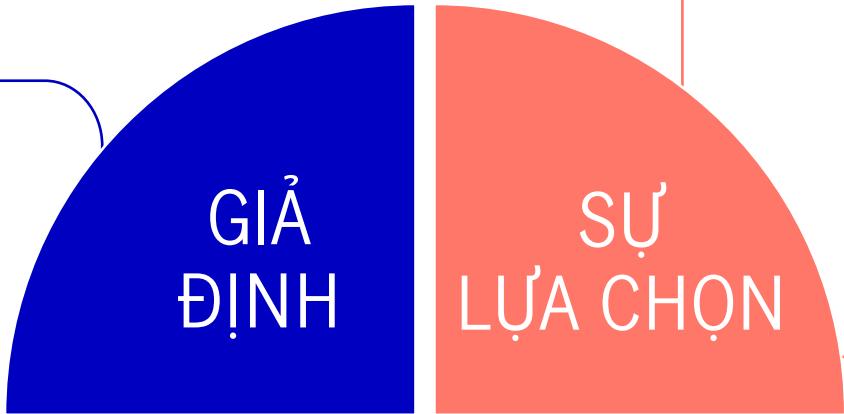
4% đại lý chốt HD nhiều hơn **5** lần,
và mang lại **60%** doanh số



Hãy nhớ công thức **ABC**

CÁC KỸ THUẬT CHỐT HỢP ĐỒNG

Để yêu cầu bảo hiểm thì cần điền thông tin khách hàng trên ứng dụng này (ePOS). Anh cho em mượn cẩn cước công dân của anh để em hỗ trợ anh đăng ký tham gia ngay nhé.



Anh muốn đóng phí năm hay nửa năm?

Chị muốn ai sẽ là người thụ hưởng: chồng hay con?

THỰC HÀNH



Giải đáp
các thắc mắc
thường gặp
& Chốt hợp đồng
với CÁC KỸ THUẬT
ĐÃ HỌC

Công cụ hỗ trợ CẨM NANG GIẢI ĐÁP THẮC MẮC



Quét mã QR để
tham gia đối luyện



Quét mã QR để
xem/tải Cẩm nang

CHIA SẺ *kinh nghiệm*



Giải đáp thắc mắc
& Chốt hợp đồng



Clip “BIẾT ĐẶT NỖ LỰC ĐÚNG CHỖ”



BẠN LỰA CHỌN TRỞ THÀNH ĐẠI LÝ NÀO?



ĐẠI LÝ A

- Liên tục rèn luyện để tự tin giải đáp thắc mắc của khách hàng
- Chốt từ 5 lần trở lên



ĐẠI LÝ B

- Không rèn luyện kỹ năng
- Lo lắng khi khách hàng thắc mắc
- Không dám chốt hợp đồng

KINH DOANH CHẤT LƯỢNG

LÀ YẾU TỐ TIÊN QUYẾT GIÚP
CHÚNG TA DẪN ĐẦU THỊ TRƯỜNG

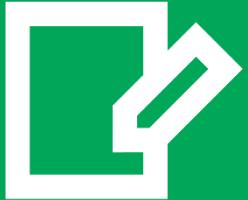
Là thành viên của Manulife, bạn cần:

- Giữ gìn uy tín, sự chuyên nghiệp của chính mình và của Công ty
- Tư vấn giải pháp phù hợp nhu cầu và khả năng tài chính của khách hàng
- Giúp khách hàng hiểu đúng sản phẩm và duy trì hợp đồng lâu dài
- Nắm vững và tuân thủ đạo đức kinh doanh



CHÚNG TA ĐÃ HỌC GÌ?

SBW 6



1 GIẢI ĐÁP THẮC MẮC CỦA KHÁCH HÀNG

Phòng bệnh hơn chữa bệnh

(Ôn tập) Quy trình giải đáp
thắc mắc

Kỹ thuật giải đáp thắc
mắc: Đồng cảm, Đối
ngược, Nói vòng, Bù đắp

2 CHỐT HỢP ĐỒNG

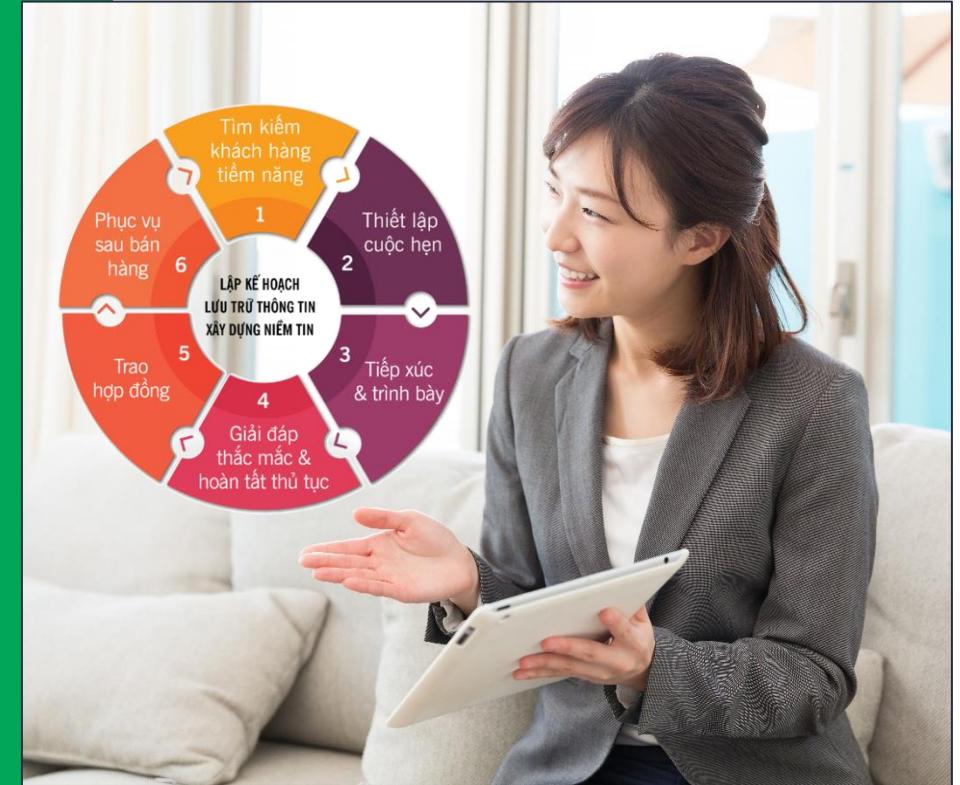
Số lần chốt hợp đồng

Kỹ thuật chốt Giả định &
Lựa chọn

NỘI DUNG ➤

SBW7

TRAO HỢP ĐỒNG & PHỤC VỤ SAU BÁN HÀNG



Chương Trình Phát Triển Sự Nghiệp *Dai Ly Chuyen Nghiep*



Chinh Phuc Dinh Cao MDRT

Tháng 12+

HOẠCH ĐỊNH DI SÀN (3 ngày) <ul style="list-style-type: none"> • Tìm Hiểu Cơ Bản về Hoạch Định Di Sản • 9W – Hành Trình Thịnh Vượng Đa Thủ Hộ • Các Kế Hoạch Bảo Hiểm cho Doanh Nghiệp • Kế Hoạch Kế Nhiệm Kinh Doanh và Thỏa Thuận Mua-Bán • Tâm Nguyên Tắc Phân Phối Cửa Cải 	HOẠCH ĐỊNH TÀI CHÍNH CÁ NHÂN (Đại lý đạt chuẩn) <ul style="list-style-type: none"> • MFA 301 & Workshop (6 ngày) • MFA 302 & Workshop (4 ngày) • MFA 303 & Workshop (4 ngày) 	KỸ NĂNG XÃ HỘI <ul style="list-style-type: none"> • Kỹ Năng Giao Tiếp Kinh Doanh (1/2 ngày) • 7 Loại Hình Thông Minh (1/2 ngày) • Bí Quyết Xử Lý Than Phản của KH (1/2 ngày) • Kỹ Năng Kiểm Soát Cảnh Xúc (1/2 ngày) • Kỹ Năng Hình Thành thói Quen (1/2 ngày) • Kỹ Năng Tự Động Viên (1/2 ngày) • Theo Dõi Hạnh Phúc (1/2 ngày)
---	--	--

Nâng Cao Hiệu Suất Kinh Doanh

Tháng 4-12

SỐ LƯỢNG HỢP ĐỒNG <ul style="list-style-type: none"> • Kỹ Năng Xin Lời Giới Thiệu (1/2 ngày) • Kỹ Năng Xin Hẹn KH La (1/2 ngày) • Kỹ Năng Tiếp Cận Trước Tiếp KH La (1 ngày) • Phục Vụ KH Chuyên Nghiệp (1/2 ngày) • Tư Vấn Bảo Hiểm Qua Doanh Nghiệp (1 ngày) 	ĐỘ LỚN HỢP ĐỒNG <ul style="list-style-type: none"> • Tư Vấn Bảo Hiểm Theo Nhu Cầu (1/2 ngày) • Kỹ Năng Đặt Câu Hỏi (1/2 ngày) • Nâng Cao Độ Lớn Hợp Đồng (1/2 ngày) • Xây Dựng Thương Hiệu Cá Nhân 4.0 (1 ngày) 	TỶ LỆ CHỐT HỢP ĐỒNG <ul style="list-style-type: none"> • Tâm lý KH Khi Mua Hàng (1/2 ngày) • 12 Cách Chốt Hợp Đồng Hiệu Quả (1/2 ngày) • Tư Vấn KH Qua 4 Nhóm Tình Cách (1/2 ngày)
--	--	--

Nâng Cao Năng Suất Kinh Doanh (1/2 ngày)

Tháng 1-3

QUY TRÌNH TƯ VẤN BẢO HIỂM (2 ngày)	KINH DOANH CHẤT LƯỢNG SBW (8 Chủ Đề) (1/2 ngày/chủ đề)	KINH DOANH HIỆU QUẢ QUA MẠNG XÃ HỘI (1/2 ngày)	CẨM NANG 90 NGÀY DÀNH CHO ĐẠI LÝ MỚI & CHUYỂN ĐỘNG 6/90
---	---	---	--

Kỹ Năng Tư Vấn Thực Chiến

Tháng 1-3

KHỞI NGHIỆP THÀNH CÔNG - MIT (5 ngày)	HỘI THAO DÀNH CHO ĐẠI LÝ MỚI (1/2 ngày)	ePOS CƠ BẢN (Online)	SỐ HÓA HÀNH TRÌNH CỦA ĐẠI LÝ (1 ngày)	SẢN PHẨM & WORKSHOP SẢN PHẨM
--	--	-----------------------------	--	---

Kiến Thức Nền Tảng

“Sự khác biệt giữa **không thể** và **có thể**
nằm ở **QUYẾT TÂM** của mỗi người.”

Tommy Lasorda

HÀNH ĐỘNG NGAY HÔM NAY ĐỂ
thành công!

