

金牌保险销售员的超级秘诀

廖爱华◎编著

SUPER TRAINING  
MANUAL FOR  
INSURANCE SALES

# 保险销售 超级训练手册

销售技巧与实战演练的完美结合

易懂

好学

有趣

实用

一本书道尽保险销售那点事，保险就该这样卖！

中国铁道出版社  
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

F240.41

廖爱华◎编著

SUPER TRAINING  
MANUAL FOR  
INSURANCE SALES

# 保险销售 超级训练手册

中国铁道出版社  
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

保险销售超级训练手册/廖爱华编著. —北京:  
中国铁道出版社, 2015. 4  
ISBN 978-7-113-19942-5

I. ①保… II. ①廖… III. ①保险业务—销售—手册  
IV. ①F840. 4-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 024129 号

书 名: 保险销售超级训练手册  
作 者: 廖爱华 编著

---

责任编辑: 张艳霞      编辑部电话: 010-51873038      电子信箱: zyxbooks@126.com  
助理编辑: 孙晓明      特邀编辑: 刘英雪  
封面设计: 王 岩  
责任校对: 龚长江  
责任印制: 赵星辰

---

出版发行: 中国铁道出版社 (100054, 北京市西城区右安门西街 8 号)  
网 址: <http://www.tdpress.com>  
印 刷: 北京市昌平开拓印刷厂  
版 次: 2015 年 4 月第 1 版      2015 年 4 月第 1 次印刷  
开 本: 700 mm×1 000 mm 1/16      印张: 14.25      字数: 215 千  
书 号: ISBN 978-7-113-19942-5  
定 价: 38.00 元

---

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书, 如有印制质量问题, 请与本社读者服务部联系调换。电话: (010) 51873174  
打击盗版举报电话: (010) 51873659

作为世界保险市场上最大的一块尚待深度开垦的沃土，中国的保险市场以其广阔的发展前景，时刻吸引着世界保险界的眼球，受到全世界保险行业的关注。为了更好地服务客户，保险销售人员需要不断地提高自己，为客户提供更专业、更快速、更有效、更贴心的服务。

然而，作为一名普通的保险销售员，你是不是时常为不知道如何寻找客户、开拓客户而烦恼？你是不是时常为不知道如何约访客户而发愁？你是不是时常为不知道如何开口推销而犹豫不决？你是不是时常为不知道如何回答客户的提问而哑口无言？你是不是时常为不知道如何处理客户的异议而理屈词穷？你是不是时常为不知道如何挽回客户的拒绝而张口结舌？你是不是时常为抓不到客户的交易信号而苦恼？你是不是也会时常想着要如何开拓高额的保险单？

很多保险销售人员觉得自己辛辛苦苦地到处奔走，还不如别人悠闲地与一两个客户交流；自己辛辛苦苦地做成十单保险，还不如别人做一单保险；甚至是自己辛辛苦苦地做十年，还不如别人做一年……面对这种付出与回报不对等的情况，大多数保险销售人员会将其归结为自己的性格不适合推销保险，或者是自己天生没有好口才等原因。然而，看看克里曼特·斯通、贝格、原一平、齐藤竹之助等人，不难发现世界保险市场孕育的一批又一批世界级保险巨子和大富翁们，有谁是天生的推销员，天生的演讲专家呢？他们都不过是在不断实践、技巧学习和经验总结中走向成功的。

保险销售难不难？难！因为它是要把一张谁都不知道何时才能用得上的纸卖出去，客户要想获得收益，需要等到几年或者是几十年之后。然而，很难并不代表不可能。本书便是立足于为保险销售人员总结从寻找客户到达成交易、售后服务的整个保险销售过程的销售经验和技巧，帮助保险销售人员将“很难”的保险销售变得“很容易”，为保险销售员们打开销售的成功之门而编撰的。

为了让保险销售人员更好地掌握推销保险的方式与技巧，了解优秀的保险销售人员成功开拓高额保单的独门秘籍，让保险销售人员在日常的推销工作中能够有序可循、有例可鉴、有技巧可用，我们从科学、简单、实用的角度出发，为保险销售人员们详细介绍了成为一名优秀的保险销售人员所应做的修炼。

本书从开拓客户、约访客户、推介产品、化解异议、促成交易、超值服务到开拓大单等具体推销环节出发，以简洁通俗的语言，采用情景与销售技巧说明相结合的方式，为保险销售人员总结归纳出了诸多应对各种情况和各种类型客户的销售策略和方法。可以说，这是一本不折不扣的让保险销售员提升推销技巧、沟通能力和专业素养的超级训练手册。

从这本书中，你能学到如何找到潜在的客户群；如何吸引客户的注意，并成功约访客户；如何通过制造认同感来推介保险产品，引导客户购买保险；如何发挥你的机智与口才，八面玲珑地化解客户对保险产品、服务、价格等各方面的质疑；如何在保险成交前抓住客户的购买信号，运用各种签单技巧迅速促成交易；如何运用高超、独特的服务技巧抓住客户的心；以及如何开拓高额保单等。

本书没有深奥的理论，也没有枯燥的说教，只有最易于吸收的形式，最经典的案例，最简洁的表达方式。当然，保险从业人员切不可生搬硬套，而是要学会灵活变通地使用本书中的方法和策略去完成自己的事业，这样才能真正提高自己的推销水平，才能提高自己的销售业绩，才能从平庸走向卓越，从销售菜鸟变成销售精英！

## 第一章 推销保险，你的准客户在哪里——开拓客户训练术

- 第一节 了解保险产品潜在的消费群，找准突破口 / 3
  - 了解投保准客户的家庭状况 / 3
  - 熟悉投保准客户的投保计划 / 7
  - 掌握投保准客户的实际购买力 / 10
  - 找准投保准客户开发的时机 / 14
- 第二节 找投保客户，要脸皮城墙化，名片成堆化 / 16
  - 每幢写字楼里都有你的客户 / 16
  - 在最需要保险的地方找客户 / 19
  - 办个保险讲座：每个听众都是你的潜在客户 / 20

一句关心的问候挽留顾客的心 / 23

遭到拒绝，不要觉得脸上挂不住 / 24

### 第三节 挖掘潜在投保客户资源的 5 种有效途径 / 27

利用网络寻找潜在投保客户 / 27

多参加社交活动寻找潜在投保客户 / 30

多参加商务活动寻找潜在投保客户 / 32

从自己身边发掘潜在投保客户 / 34

让老客户做你的保险推销员 / 37

## 第二章 让客户签保单需要一万个理由——约访客户训练术

### 第一节 与投保准客户搭桥始于初次电话约谈 / 43

怎样约见有过一面之缘的人 / 43

对客户进行电话约访的方法 / 45

电话拜访中怎样找到决策者 / 47

电话拜访也可以采用试探法 / 49

电话拜访怎样绕过种种障碍 / 50

### 第二节 在准客户的拒绝中挖掘推销保险的机遇 / 53

客户说“我不相信保险，那是骗人的” / 53

客户说“我很忙，现在没空” / 55

客户说“我对保险不感兴趣” / 58

客户说“我已经买过保险了” / 60

客户说“我要考虑考虑，再投保不迟” / 62

客户说“等别人都买了保险，我再买” / 64

客户说“买保险容易，理赔太难” / 67

### 第三节 在用心倾听中读懂投保准客户的心声 / 70

“说话”泄露客户的信息 / 70

主动引导客户说出自己的看法 / 72

透过语态看出客户的性格 / 75

听懂“价格太贵”的潜台词 / 78

## **第三章** 制造认同感，引导客户买保险——推介产品训练术

### 第一节 熟悉保险公司的产品，吃透保险的条款 / 83

怎样给不同年龄段的客户推荐险种 / 83

熟悉保险产品，专业是最好的推销术 / 85

意外险、重疾险大多数人都需要 / 86

不要只顾推销高佣金的保险产品 / 88

### 第二节 利用提问有效获取投保准客户的信息 / 89

用问题表达你很关注对方的利益 / 89

向客户提问要抓住恰当的时机 / 91

向客户提问必须要有恰当的方式 / 93

### 第三节 挖掘投保准客户利益需求点的5种方法 / 97

对客户说“医疗花销能报销” / 97

对客户说“子女成长需保障” / 98

对客户说“有备无患抗风险” / 100

对客户说“晚年生活有保障” / 102

对客户说“雄厚资产得保全” / 104



## 第四章 八面玲珑化解客户对保险的质疑——化解异议训练术

### 第一节 巧妙化解准客户对保险产品的异议 / 109

“保险不如股票收益高” / 109

“买保险不如存银行” / 111

“体检核保麻烦” / 114

### 第二节 巧妙化解客户对支付保险费用的异议 / 117

客户说“我还要还房贷，保险是奢侈品” / 117

客户说“最近资金紧张，支付保费存在困难” / 119

客户说“我担心经济状况改变，续保很困难” / 121

客户说“我只要基本保额，不要高额全保” / 123

### 第三节 巧妙化解客户对需求的异议 / 125

客户说“我已经购买社会保险了，不需要商业保险” / 125

客户说“我老了我的儿女会养我，我不需要养老金” / 128

客户说“我爸妈没有买保险，一辈子也过得很好” / 131

客户说“给孩子买保险就够了，我们就不需要了” / 134

## 第五章 踢好决定保险成交前的临门一脚——促成交易训练术

### 第一节 快速促成客户签保单的4种技巧 / 139

抓住客户的购买信号 / 139

抓住签单的最佳时机 / 141

巧用比喻促成签单 / 143

巧用危机促成签单 / 144

- 第二节 快速解决签保单前的常见问题 / 147
  - 如何越过竞争对手促成签单 / 147
  - 如何促成犹豫不定的客户 / 150
  - 如何促成对价格有疑义的客户 / 154
  - 如何促成没有主见的客户 / 156
- 第三节 成功促成客户签保单的 6 种有效方法 / 159
  - 直接成交法 / 159
  - 案例促成法 / 161
  - 假设促成法 / 162
  - 选择成交法 / 164
  - 利益成交法 / 167
  - 激将成交法 / 169

## 第六章

# 用超值服务永久留住投保客户——售后服务训练术

- 第一节 勤维护，多问候，增进与客户的感情 / 175
  - 给投保客户递送保单要及时 / 175
  - 要及时问候老客户 / 176
  - 给客户做个生活顾问 / 177
  - 做好老客户的电话回访工作 / 179
- 第二节 化解客户对产品和服务的投诉和抱怨 / 183
  - 用正确的态度对待顾客的投诉 / 183
  - 客户对产品不满意要求退保怎么办 / 185
  - 客户对保险公司服务不满意怎么办 / 187
  - 客户不肯续保怎么办 / 189

### 第一节 开拓保险大客户资源要先练好内功 / 193

客户提出的问题背后的真实含义 / 193

用心赢得老板客户 / 195

如何寻找高收入客户群 / 196

经营高端客户 / 199

团险的关键是专业、产品品质和服务 / 201

用服务赢得团单 / 203

### 第二节 开拓高额保险单的4种有效方法 / 206

让小保单成长为大保单 / 206

标新立异，用行动赢得客户 / 208

寻求团体的一致认同 / 210

从与客户沟通中找灵感 / 212

# 第一章

推销保险，你的准客户在哪里  
——开拓客户训练术



## 第一节 了解保险产品潜在的消费群，找准突破口

### 了解投保准客户的家庭状况

任何时代，任何领域，信息都是关键。保险销售人员了解客户信息的过程就如同地质工作者勘察矿产一样：对于地质勘察员而言，要想精确地找到矿藏的位置，就要先掌握错综复杂的地质资料；而对于保险销售人员而言，就是要先掌握客户的详细资料。在客户的所有详细资料中，非常重要的一部分资料就是客户的家庭信息，只有把握客户的家庭状况，保险销售人员才能准确地把握客户的潜在需求，才能在销售的过程中成功签单，获得更多的保单。

● 保险销售员小唐：乔先生，看您办公桌上都摆放着家人的照片，您真是顾家的典范啊。这一张照片里的小女孩好可爱啊，他是您的女儿吧？

乔先生：嗯，她是我女儿。

小唐：瞧您那眉开眼笑的样子，一看您就是位好父亲。您家宝贝叫什么名字？

乔先生：甜甜。

小唐：甜甜，名字真好听。她今年几岁了？

乔先生：4岁。

小唐：跟我女儿差不多，我女儿今年5岁，上幼儿园。现在的孩子上学太花钱了，全托每学期7000多元，再报个舞蹈班、绘画班、钢琴班等，平摊下来，每个月光孩子的教育开销都要3000多元。

乔先生：是啊，我们家孩子每个月也要花将近3000元。

小唐：您有没有为孩子准备教育基金呢？



乔先生：她还小，不用这么早考虑。

小唐：甜甜今年4岁，读完大学差不多24岁，这20年里，您既要照顾她的生活，还要承担教育经费，对吧？

乔先生：为人父母嘛，这个不得不做。

小唐：是啊，但想想压力还是挺大的。根据教育部统计的资料显示，一个孩子从幼儿园到大学毕业，单是基本教育的费用最少也要20万元，素质教育的花费就更不用说了。社会学专家和教育专家也都说了，一个家庭为孩子支出的教育经费的年增长率为20%。您看这多吓人，所以，在我们经济宽裕的时候，还是要提前为孩子做好准备，您说是不？

乔先生：嗯，确实是这样的。

小唐：抱着甜甜的这位女士应该是甜甜的妈妈吧？

乔先生：是的。

小唐：您太太真漂亮，有种与众不同的气质，很像舞蹈老师。

乔先生：呵呵，不是，她是护士。

小唐：原来是位“白衣天使”啊。除了您太太和甜甜外，您还需要不需要在经济上照顾其他人呢？像父母啊、兄弟姐妹等。

乔先生：我爸妈和我住在一起，不需要多少花费，岳父母那边每个月都要给1000元生活费。

小唐：双方的父母都要照顾，这负担也挺大的。

乔先生：是啊，不过还好，老人有社保，为我们减轻了不少负担。

小唐：老人有社保是不错，但是您知道吗，光有社保还不足以形成最完善的老人养老保险，除了社保外，老人最好还要有企业年金，即企业为员工养老所做的准备，以及个人养老资金，即商业养老保险、基金等。因为社保的养老保险是不足以保障一个人的晚年生活的。

乔先生：何以见得？

小唐：社保的养老保险只不过是为人晚年生活的基本保证，您也知道，老人随着年龄的增长，身体各项机能的运行都在下降，一不小心可能就有一些大麻烦。而商业养老保险能对社保进行补充，它作为一种长期性收益，具有稳定和风险较低的特点。简单点说就是您储备时间越

久，能领取的养老金就越多，就像滚雪球一样。

乔先生：你说得很有道理，我确实得仔细考虑一下。

小唐：您现在还需要供房供车吗？

乔先生：只有房贷，每个月2000元。

小唐：还需要供几年呢？

乔先生：5年。

小唐：也就是说，您还要供款给银行12万元左右。这样看来，您真的是家里的顶梁柱啊，我现在明白为什么您会有“拼命三郎”的称号了。您这么努力，都是为了让家人生活得更有保障啊。

客户的家庭情况直接影响着客户的保险需求，决定着客户适合的险种以及基本的保额，所以这是保险销售人员必须掌握的一项资料。但家庭信息显然不是可以随意公开的，因而在实际工作中，客户往往会出于防范或者戒备等心理而拒绝透露或者是敷衍应对，这给保险销售人员的工作带来了一定的难度，但聪明的保险销售员可以从和客户谈话的环境中获取信息。

比如上述情景中的保险销售员小唐，他在询问的时候就是根据所处的环境采取了多种多样的方法，首先，他通过办公桌上的照片开启话题来了解客户女儿的信息，通过分析自己孩子的开销，引起客户共鸣；然后他又以猜测的方式引导客户主动透露配偶的职业；接着他又将话题顺利地转移到了父母的养老问题以及房贷问题上；在了解完必要的信息后，最后小唐又对客户的家庭负担与付出表示理解和钦佩，并以“都是为了家人的保障”作为对客户努力的总结，让客户在交“朋友”并舒缓生活压力的体验中开始思考保险的必要性。

客户身边的环境影响客户的观念和思想的形成。因此，保险销售员应该善于从环境中发掘客户的家庭信息，再经过多种方法询问，将话题引到客户家人身上。要做好客户家庭信息的发掘工作，保险推销员可以从以下几个方面入手。

### 1. 赞美

赞美是沟通中最好的“润滑剂”，保险销售员可以通过赞美客户的家人或者直接赞美客户来增加客户的愉悦感，通常情况下，客户在赞美的愉悦感





中会放松警惕，从而透漏信息。比如案例中的保险销售员小唐，他便是通过赞美客户乔先生以及乔先生的女儿来开启话题的。

## 2. 穿插询问

保险销售员在询问客户的家庭信息时应该学会穿插询问，因为一次性、密集式的询问会让客户感觉像是在被人盘问，比如：

● 保险销售人员：王先生，您女儿叫什么？今年几岁了？在哪儿上学呢？每个学期的学费大概是多少？有没有报舞蹈班、钢琴班什么的？报班费用是多少啊？

客户：……

案例中的保险销售人员所进行的查户口式的盘问，使得客户难以应对，这容易引起客户的强烈反感与抵触情绪。因而，保险销售人员应掌握穿插询问的技巧，将问题化整为零地穿插于谈话的各个环节中，这样更容易获取客户的信息，也更有利于双方的进一步沟通。

## 3. 隐私互换

在一些共同话题上，保险销售人员可以先分享自己的信息与体验，或者向客户透露一些无关紧要的个人隐私，进而将加强保险意识的话题融入其中。这样更容易引起客户的兴趣与共鸣，更容易获取客户的信赖，也更容易诱导客户说出自己的隐私，从而获取想要的信息。

## 4. “曲线救国”法

所谓“曲线救国”就是指在谈话刚开始的时候，保险销售人员要对保险避而不谈，试着从其他话题切入，在谈话中分析客户所说的信息，从客户的话语信息中寻找出保险可以解决的问题，并适时地将保险引入话题当中，将保险的作用与客户所存在的困扰结合起来，让客户认识到保险的重要性。

“曲线救国”的方法可以尽量避免客户一听到保险就想离开的现象发生，可以让客户更容易接受保险人员的推销，同时，它对于加强客户保险意识也有着不同寻常的作用。

## 5. 避免主观臆测

保险销售员在初次和客户交谈、对客户缺乏了解时，不应根据从环境中