


保险这样卖 才对

保险销售人员超级情景训练 晋鹏◎编著

知名**保险**企业力荐、众多业内人士推崇的**销售力作**！
75个话术模板，轻松解决**保险销售员**最头疼的难题。




 中国纺织出版社

保险这样卖 才对

保险销售人员超级情景训练 晋鹏◎编著



 中国纺织出版社

内 容 提 要

本书以大量保险销售实践为依托,针对保险销售人员日常工作中的电话约访、登门拜访、保险推介、产品异议处理、需求异议处理、信用异议处理、支付异议处理、保单促成、售后服务等工作搜集总结出若干个典型问题,并采取情景模拟的形式,通过真实的案例来进行实战情景还原,设置了“销售情景描述”“常见错误应对”“销售情景解析”“正确应对示范”等板块,力争让广大保险销售人员在阅读时进入真实情境,在“真实”的销售情景中学习和掌握保险销售方法和技巧,从而迅速提升业绩,成为业绩骄人的保险销售冠军。

本书主要适合保险销售人员、相关培训机构以及有志于从事保险销售工作的人士阅读使用。

图书在版编目(CIP)数据

保险这样卖才对:保险销售人员超级情景训练 / 晋鹏编著. —北京:中国纺织出版社, 2017.6
ISBN 978-7-5180-3498-7

I. ①保… II. ①晋… III. ①保险业务—销售 IV. ①F840.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第075382号

策划编辑:刘丹

责任印制:储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码:100124

销售电话:010—67004422 传真:010—87155801

http://www.c-textilep.com

E-mail:faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 http://weibo.com/2119887771

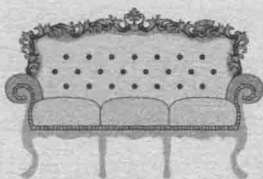
三河市宏盛印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2017年6月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:19.5

字数:232千字 定价:38.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



preface

前言

众所周知，保险对人类生活的安定、幸福起着重要的保障作用。随着生活水平和危机意识的逐步提高，保险已成为很多人生活中不可或缺的保障。但是与西方国家相比，我国的保险业发展仍比较滞后和缓慢，保险业务的开展也存在着很大的困难。正是因为如此，我国的保险市场空间巨大，保险从业人员可以在保险领域大显身手。

目前医疗、养老、意外事故等问题突出，商业保险越来越受到人们的关注和重视，这在一定程度上为保险销售提供了机会。同时，保险业的迅猛发展也催生了大量的保险公司和保险从业人员，这也让保险销售面临着前所未有的挑战。保险销售人员要想在日益激烈的同行竞争中脱颖而出，就必须具备一套专业、科学、实用、有效的销售方法和销售技巧，尤其是销售话术，是保险销售取得成功的关键所在。

国际知名演说家、世界一流销售激励大师金克拉说：“话术很重要，它可以使事情改变，可以使客户自己说服自己。”的确如此，再好的保险产品，如果没有一套行之有效并经得起市场考验的话术也是枉然。话术是保险销售过程中最有力、最有效的工具，掌握了它，保险销售人员就能成功地敲开客户的家门和心门，妥善地应对客户的异议，巧妙地为客户推介保险产品，有效地排除阻碍成交的重重障碍，及时地促成保单，圆满地解决售后服务过程中的种种问题。

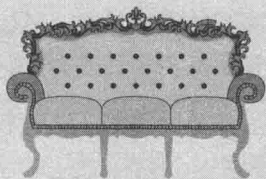
本书以笔者的保险销售实践为依托，并参考专家、学者以及一些销售大师的经验、经典话术，紧扣保险销售流程的九个步骤：电话约访—登门

拜访—保险推介—产品异议处理—需求异议处理—信用异议处理—支付异议处理—保单促成—售后服务，搜集总结出保险销售人员在各个步骤中常见的典型问题，并采取情景模拟的形式，通过真实的案例来进行实战情景还原，设置了“销售情景描述”“常见错误应对”“销售情景解析”“正确应对示范”等板块，力争让广大保险销售人员在阅读时进入真实情境，在“真实”的销售情景中学习和掌握保险销售方法和技巧，从而迅速提升业绩，成为业绩骄人的保险销售冠军。

本书适合保险销售人员、相关培训机构以及有志于从事保险销售工作的人士阅读使用。由于笔者的知识水平、阅历、经验有限，书中难免有一些不足和讹误之处，欢迎广大读者朋友多多批评、指正。

晋鹏

2016年12月



contents

目录

第一章 约访客户是成功销售的第一步——电话约访实训

- 情景1 电话约访客户,不知如何开场 / 2
- 情景2 电话约见客户,客户说没有时间 / 6
- 情景3 客户说“有什么话就在电话里说吧,不需要面谈” / 8
- 情景4 客户说“你先把资料发给我” / 11
- 情景5 想收集客户的信息资料,客户却不愿告知 / 14
- 情景6 客户是熟人,想打电话约见 / 17
- 情景7 客户是陌生人,想打电话约见 / 21
- 情景8 与客户有过一面之缘,想打电话约见 / 24
- 情景9 客户是老客户转介绍的,想打电话约见 / 26

第二章 一张嘴就让客户产生兴趣——登门拜访实训

- 情景10 客户说“我现在很忙,没时间听你说” / 30
- 情景11 客户说“又是卖保险的,免谈” / 34
- 情景12 客户说“我对保险不感兴趣” / 37
- 情景13 客户说“又是卖保险的,你们真是烦人” / 41
- 情景14 保险销售员想了解客户的家庭情况 / 44

- 情景15 保险销售员想了解客户的投保计划 / 47
- 情景16 保险销售员想了解客户的保险需求 / 50
- 情景17 保险销售员想了解客户是否有购买决策权 / 54

第三章 从需求出发推介产品，提升客户购买欲——保险推介实训

- 情景18 客户也不知道自己想买什么样的保险产品 / 58
- 情景19 客户说“你们卖得最好的保险产品是什么啊？帮我推荐一下” / 60
- 情景20 保险销售员打算为客户进行保险产品介绍 / 62
- 情景21 保险销售员打算向客户推介少儿保险产品 / 65
- 情景22 保险销售员想说服企业老板为其员工投保 / 69
- 情景23 保险销售员在向客户介绍保险时，客户显得心不在焉 / 72
- 情景24 听完保险销售员的介绍后，客户并没有对保险表现出多大兴趣 / 75
- 情景25 客户听完保险销售员的介绍后不置可否 / 76

第四章 纠正客户对保险的偏见——产品异议处理实训

- 情景26 客户说“买保险不如把钱存在银行踏实” / 82
- 情景27 客户说“买保险不如投资股票，股票收益要比保险高得多” / 86
- 情景28 客户说“保险没什么用，都是骗人的” / 89
- 情景29 客户说“投保还得体检核保，太麻烦了” / 93
- 情景30 客户说“买保险就是诅咒自己/买保险不吉利，一买就有险” / 96
- 情景31 客户说“钱一直在贬值，买保险不划算” / 100
- 情景32 客户说“保险是买少了不管用，买多了交不起保费” / 103
- 情景33 客户说“投保容易理赔难，我才不买呢” / 106
- 情景34 客户说“买了保险没出险，不就白买了吗” / 110
- 情景35 客户说“人都死了，保险还有什么用” / 113

第五章 客户在需求方面存在异议——需求异议处理实训

- 情景36 客户说“我有足够的存款，不需要买保险” / 118
- 情景37 客户说“我有社保，不需要再买保险” / 121
- 情景38 客户说“我们单位福利待遇非常好，用不着买保险” / 124
- 情景39 客户说“我身体很健康，不需要买保险” / 128
- 情景40 客户说“我还年轻，不需要保险” / 131
- 情景41 客户说“儿女将来会养我，用不着买保险” / 135
- 情景42 客户说“我发生意外的概率非常小，不需要买保险” / 139
- 情景43 客户说“我父母一辈子都没买过保险，照样过得很好” / 143
- 情景44 客户说“只给孩子投保就行了，我自己不需要” / 146
- 情景45 客户说“孩子年龄还小，过几年再投保” / 149
- 情景46 客户说“不用给我推销了，我已经买了其他公司的保险了” / 152
- 情景47 客户说“生死由命，富贵在天，保险公司也没办法改变” / 156
- 情景48 客户说“我现在生活很稳定，暂时不需要保险，等有需要时我再找你” / 159

第六章 客户在信用方面存在异议——信用异议处理实训

- 情景49 客户说“你们保险公司都是骗人的” / 164
- 情景50 客户说“你们公司没什么名气，我还是信任有名气的大公司” / 167
- 情景51 客户说“保险公司就是拿老百姓的血汗钱去赚钱” / 169
- 情景52 客户说“保险公司万一倒闭了，我该怎么办” / 173
- 情景53 客户说“我投保后万一你离职了，我找谁去” / 176
- 情景54 客户说“我不信任你们保险销售员，我还是选择其他渠道投保吧” / 179

第七章 客户在保费支付方面存在异议——支付异议处理实训

- 情景55 客户说“保险是不错，但是我现在资金紧张，没有多余的钱买保险” / 184
- 情景56 客户说“我还要还房贷车贷，没有多余的钱买保险” / 188
- 情景57 客户说“保险的确不错，就是保费太贵了” / 192
- 情景58 客户只要基本保额，不要高额全保 / 195
- 情景59 客户说“我担心将来经济状况发生改变，到时候续保有困难” / 198
- 情景60 客户说“如果我答应签单，你们能给我返多少折扣” / 201

第八章 排除客户借口，消除签单障碍——保单促成实训

- 情景61 客户发出一些稍纵即逝的购买信号 / 206
- 情景62 客户说“我想考虑一下再说” / 209
- 情景63 客户说“我想看看其他保险公司是什么情况，综合比较一下再说” / 213
- 情景64 客户说“我做不了主，得和家人商量一下” / 218
- 情景65 客户说“不急于这一时，等过一段时间再说吧” / 221
- 情景66 客户说“我周围的人都没买，等有人买了我再买” / 225
- 情景67 客户决定签单，却遭到同行朋友的劝阻 / 228
- 情景68 客户说“我朋友也在卖保险，我还是买熟人的吧” / 231
- 情景69 客户决定签单，需要注意哪些细节 / 235

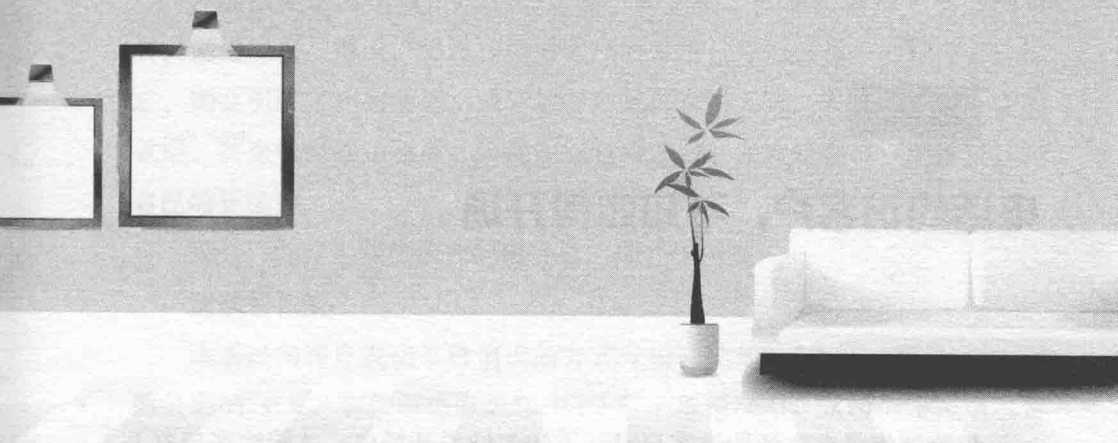
第九章 用延续服务赢得更多生意——售后服务实训

- 情景70 客户签单后, 保险销售员需要给客户递送保单 / 242
- 情景71 保险卖出后, 保险销售员不知该怎么和客户进行后续联络 / 244
- 情景72 客户请求保险销售员协助办理一些售后事宜 / 247
- 情景73 客户说“交了这么长时间保费, 一点用都没有, 我想退保” / 250
- 情景74 客户说“我这两天出了点事, 需要申请理赔” / 253
- 情景75 保险销售员想请客户帮忙转介绍 / 255

参考文献 / 260

附录一 常用保险术语 / 261

附录二 中华人民共和国保险法(2015年修正) / 267



第一章

约访客户是成功销售的第一步 ——电话约访实训

找到目标客户后，保险销售人员接下来的工作就是拿起电话对客户进行初访。这个环节非常重要，因为只有在电话里获得客户的好感和信任，并初步引起客户对保险的兴趣，接下来的登门拜访、需求挖掘、保险产品推介等工作才能顺利开展。那么，该如何利用这简短的电话沟通时间获得客户的好感和信任，并初步引发客户对保险的兴趣呢？在与客户进行电话沟通时又该注意哪些问题呢？

情景 1

电话约访客户，不知如何开场



情景描述

保险销售员在电话约访客户时，不知怎样说开场白，才能给客户留下良好的第一印象。

⊗ 错误应对

1. “杜先生，您好，我是 ×× 保险公司的刘 ××，不知您是否听说过我们公司？”

（这种开场白既没有向客户说明打电话的目的，也没有解释自己的工作对客户有什么利益和好处，很难引起客户的兴趣）

2. “您好，杜先生，我是 ×× 保险公司的刘 ××，请问您以前买过保险吗？”

（这种开场白一上来就对客户进行提问，很容易引起客户的戒备心理）

3. “您好，杜先生，我是 ×× 保险公司的刘 ××，前几天我给您发过一份财富保障方面的资料，不知道您看了没有？”

（这种开场白没有设身处地考虑客户的处境，客户如果很忙，即使收到资料也不见得有时间看，所以这种开场白很容易得到客户的否定回答）

4. “您好，杜先生，我是 ×× 保险公司的刘 ××，不知道您明天是否有空？我想去拜访您一下。”

（这种开场白很容易遭到客户的拒绝，保险销售员要想成功约见客户，最好别问客户是否有空，而应该直接向客户预约时间）



情景解析

开场白是保险销售员成功约访客户的关键，开场白就像一本书的书名，说得正确、得当，能迅速赢得客户的好感，并勾起客户的好奇心；反之，则会引起客户的反感，或者让客户觉得索然无味，失去继续听下去的欲望，甚至随时终止通话。因此在打电话之前，保险销售员一定要设计好自己的开场白。

那么，保险销售员该如何设计自己的开场白呢？

请求帮忙法

即通过向客户发出某种请求的方式开场，比如：“您好，我是××保险公司的××，有件事想麻烦您一下！”一般情况下，这种向客户请求帮忙的方式，客户往往不好意思马上拒绝，保险销售员也就有机会与客户继续交谈了。

第三者介绍法

即以双方都认识的第三者的介绍作为开场，比如：“您好，我是××保险公司的××，是××的朋友，是他介绍我给您打电话的。我和××既是朋友关系，也是客户关系，一年前他在我这里购买了一款保险产品，一年下来，他感觉我们公司的产品和服务都很不错，所以……”通过第三者的介绍，不仅能在很大程度上解除客户的戒备心理，而且更容易打开话题，与客户建立起信任关系。

牛群效应法

在草原上，牛群总是很有规律地往一个方向跑。将这种现象移植到人类的市场行为中，就是所谓的“牛群效应法”，即向客户提出其同行、朋友等已经采取了某种行动，从而引导客户也采取同样的行动。比如：“您好，我是××保险公司的××，上个月，您的朋友××在我们公司购买了××保险，请问您有没有这方面的需求呢？”保险销售员在电话开场白中，向客户提起其朋友正在使用自己的保险产品，能在很大程度上刺激客户对保险的兴趣。

巧借东风法

诸葛亮在赤壁之战中，巧借东风一把火烧掉了曹操的几十万大军。在电话开场白中，保险销售员也可以巧妙地借用身边的“东风”，比如曾经留给客户的保险资料。这种借力往往有四两拨千斤的效果。



话术示范

范例 1

保险销售员：“您好，温先生，我是××保险公司的保险顾问刘××，实在抱歉，打扰您了，我们公司正在做一个市场调研，能否请您帮个忙呢？”

（利用请求帮忙法开场）

客户：“我现在很忙，没时间啊。”

保险销售员：“没关系，那我1小时后再打给您吧，谢谢您的支持。”

（1小时后再次打电话给客户）

保险销售员：“温先生，您好！我是小刘啊，刚才给您打过电话了，您叫我1小时后再打来……”

（营造一种与客户很熟悉的气氛，以拉近与客户的距离感）

范例 2

保险销售员：“温先生，您好，我是××保险公司的保险顾问刘××，是您的朋友王××先生介绍我打电话给您的，王先生是我们公司的老客户，他认为我们的产品很符合您的需求，所以让我打电话跟您聊一聊。”

（利用第三者介绍法开场）

客户：“哦？我怎么没听他说过呢？”

保险销售员：“是吗？那真不好意思，估计是王先生最近忙，还没来得及给您说吧。您看我真是心急，冒冒失失地就给您打电话了。”

客户：“没关系。”

保险销售员：“温先生，我给您简单介绍一下我们的保险产品吧……”

(引入保险产品介绍)

范例 3

保险销售员：“温先生，您好，我是××保险公司的保险顾问刘××。是这样的，上个月，您的同事赵××和黄××在我们公司购买了一款保险产品，据我了解，这款保险产品挺适合您这个职业的，请问您有没有这方面的需求呢？”

(利用牛群效应法开场)

客户：“呵呵，是什么保险产品啊？”

(客户明显对保险产品产生了兴趣)

保险销售员：“是一款叫××的产品，它……”

(引入保险产品介绍)

范例 4

保险销售员：“温先生，您好，我是××保险公司的保险顾问刘××，是这样的，您上个月给我们公司打过咨询电话，我当时给您提供了一份资料。这次打电话给您，是想了解一下您对资料有哪些不明白的地方，我可以给您做个解释说明。”

(利用巧借东风法开场)

客户：“有，里面有一条……是什么意思啊？”

保险销售员：“哦，这条的意思是……”

情景 2

电话约见客户，客户说没有时间



情景描述

保险销售员打电话约见客户，客户说：“不好意思，我没有时间。”

⊗ 错误应对

1. “您不用担心，不会耽误您很长时间的。”

（这种说法过于简单、机械，约见成功的概率比较低）

2. “这款保险产品真的很不错，错过了真的很可惜。”

（这种自卖自夸式的保险产品介绍，很难引发客户面谈的兴趣）

3. “那您什么时候有时间呢？”

（这种追问的方式一来容易得到客户的否定回答，二来可能让客户觉得不耐烦）



情景解析

电话约见在保险营销中占有非常重要的地位，它不但能避免盲目拜访而扑空，而且能敲定跟客户面谈的时间。但是，由于客户对保险销售员缺乏事前的了解和认识，所以对保险销售员的约见往往存有戒备心理，甚至直接予以回绝。因此，保险销售员要想达到约见的目的，必须掌握一定的方法和技巧。

保险销售员在电话约见客户时，首先要自报家门，并向客户说明来意。面对保险销售员的邀约，客户通常会以各种各样的理由拒绝，比如工

作忙、没时间、不在家等。面对客户的拒绝，保险销售员在应对时要始终明确一个目标：尽可能地创造下次约访或见面的机会。比如当客户说“没时间”时，保险销售员最好爽快地告辞，并给自己争取再次约访或见面的机会。如果客户对再次邀约仍有推托之词，保险销售员最好以“没关系，如果您没时间，我就留份资料或名片给您”收尾，这样说既能减轻客户的心理压力，又能为自己登门拜访创造机会。

保险销售员在向客户提出拜访要求时，不妨使用“二选一法”，即选择式提问法，就是在一个问题中提供两个可供选择的答案，并且两个答案都是肯定的。比如，保险销售员可以问客户：“请问是明天上午去拜访您方便，还是下午去拜访您方便？”面对这种提问，客户通常会根据自己的时间选择其中之一作为回复，这样一来，保险销售员就成功获得了面谈的机会。

另外还要注意，不论客户态度如何，在挂掉电话之前，保险销售员都应当对客户表示谢意，就占用了客户的时间表示歉意，以便给客户留下良好的印象，为再次约访做好铺垫。



话术示范

范例 1

保险销售员：“您好，魏先生，我是××保险公司的王××，能占用您几分钟时间，跟您当面聊一聊吗？”

（自报家门，并向客户说明来意）

客户：“对不起，我没时间。”

保险销售员：“实在抱歉，打扰到您了。我下周在您公司附近拜访客户，希望能有机会认识您。”

（为自己争取再次约访或见面的机会）

客户：“我不见得有空。”

保险销售员：“没关系，如果您没空，我就给您留一份资料，您先看看。”

（以给客户留资料收尾，为自己登门拜访创造机会）