

图书在版编目(CIP)数据

个人成功行销的 61 个课题/保险四库全书项目组编著. —北京:中国经济出版社, 2006. 1

(中华寿险四库全书/宇雷,周全胜主编)

ISBN 7 - 5017 - 7329 - 7

I. 个... II. 保... III. 人寿保险—销售 IV. F840. 62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 141469 号

出版发行:中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址:www.economyph.com

责任编辑:彭彩霞(电话:010-68354371, E-mail: winterpeng@126.com)

责任印制:张江虹

封面设计:任燕飞设计室

经 销:各地新华书店

承 印:

开 本:787×980mm 1/16 印张:15.25 字数:231千字

版 次:2006年1月第1版 印次:2006年1月第1次印刷

书 号:ISBN 7 - 5017 - 7329 - 7/F·5894 定 价:28.00元

版权所有 盗版必究 举报电话:68359418 68319282

服务热线:68344225 68369586 68346406 68309176



我为何选择保险业

<案例一> 给爸爸的信

爸爸,我有很多话向您倾诉……自您离开我们而去后,一切事情都变得那么快。现在我们租住了一间昏暗、破烂的小房间。是否所有小朋友在父亲离职后都要经过这种艰辛?

爸爸,如果您知道每一天我们都挨饿受冻,所有值钱的东西都已典当,您一定会很伤心的。

爸爸,我知道您爱我们,总想将最好的给我们,从来也没想到要我们独自面对这样的困境。我还记得您为了买眼镜、手炉给我和妈妈而彻夜不停地工作。亲爱的爸爸,对于种种困难,甚至忍饥挨饿,我也不在乎,但妈妈对于您的离去终日以泪洗面,现在病得非常严重……

妈妈每天为邻居洗衣服,晚上又替人补衫,只为令我继续升学。虽然我年纪小,但我真的很想帮她,我可以替人洗碗碟、抹窗赚些钱帮补家计。

我的同学小静,她有自己房间。她的梳子很美丽,有卡通图案;而我的梳子又破又烂,只剩下四只齿。她从来不知道肚子饿的感觉,她的衣服又暖又好看……但我没有妒忌她,因为全世界的人都不及我有个好爸爸好妈妈。

爸爸,自您离开后,我和妈妈真的很苦,但我没有怪责爸爸,因为我知道您爱我们。有选择的话,您根本不会离开我们。但有选择吗?

我希望所有的爸爸都明白人寿保障对家庭的重要,因为命运的安排并非我们可以选择。而所有的妈妈亦不再需要终日以泪洗面,小孩子也不需要再问:“为什么会这样?爸爸。”

<案例二> 一位人寿保险营销员的从业使命

我十六岁那年父亲离世,剩下母亲和我处于困境,我们一无所靠,因为父亲

没有买保险……母亲无法独力承担经济的困境,终于精神崩溃。我发誓:绝不会让我的爱,陷此困境。

我第一件要做的事就是为自己买一份人寿保险,以母亲为受益人。我大学毕业那年,已有一份价值十万元的人寿保险。

我毕业后加入了保险行业,我清楚地知道自己的目标就是不让自己的客户有我同样的遭遇。我穷一生的目标,就是为客户提供最好的保障,全心全意为他们服务。

四年前我向一位商人推销保单。他从来不相信保险,但我还是耐心地一而再地向他推销。我的诚意感动了他,从而投保了一百万美元的人寿保障。四个月后,他与弟弟在公园谈天时,竟在长椅上一睡不起,因为我的坚持及相信自己所做的一切,他的家人及生意可以得到妥善安排。每当想到这里,我就知道自己履行了生命中的使命,这才是一生最重要的事。

(主管应向新人说明的事)新人研读上述案例的目的

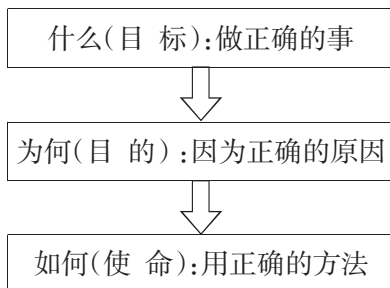
- 1.我生命的目的是什么?
- 2.我为何加入人寿保险行业?
- 3.我为何从事保险顾问工作?

(主管应向新人辅导的事)新人应了解的重点

1.学自己最像,没有一个人与你百分之百相像。做你自己,但是得把自己改变到最好。

我——将会是这样?

2.



3. William James: “本世纪最大的发现,就是人类可透过改变思想态度,从而改变生活及生命。”一扇门关了,另一扇门又开着,而人们只关切着关上了的门,往往看不到敞开着的门!

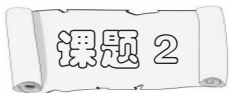
为了追寻生命的理想,你愿意得到什么 / 放弃什么? 你不能只从生命中拿取,而不放下任何东西。人们不尝试做任何事,只因害怕失败。克服害怕失败心理,定下目标;没有失败便没有成功,未尝过失败,如何能体会成功的珍贵?

具逻辑的目标必须:合理、能达到、具体。

具影响情绪的目标必须:感觉重要及令你感觉愉快。

周边因素并不能对你构成损害,只有你自己内心深处对你的损害最大。可以选择——就是你最大的力量。

你想把生命从灰暗带到光明就要勇于面对困难。选择不同的方法去面对困难将会体会到不同的结果。这样,你便会得到你一直所找寻的目标。你怎样看自己就会成为眼中的自己。



寿险营销员应具备的正确观念与态度

有个成功的公式指出,成功包括四大要素:态度(Attitude)、技巧(Skill)、知识(Knowledge)及习惯(Habit),而最重要的就是态度。

寿险行销与其他专业的行业不同,知识及技巧固然非常重要,但并不是唯一最重要的因素。举例来说,一个医生必须具有足够的医学知识才能执业,因此知识对他们而言是百分之九十的成功元素;而保险顾问,因为在保险公司中有其他部门的辅助,如:理赔部负责理赔、精算部负责设计商品、客务部向客户提供所需服务、核保部负责审批保单、投资部负责将收入的保费进行适当的投资……因为许多其他各部门的互相配合,所以专业的保险顾问,最重要的角色是扮演公司与客户之间的桥梁及客户的保险顾问。拥有持久的理念和正确积极的服务态度,才能争取到更多客户的信赖,这才是保险顾问最重要的基础。

(主管应向新人说明的事)新人应了解的重点

专业顾问的工作是:

- 1.推销自己的专业形象及适合客户的产品
 - 2.尽心尽力帮助客户规划理财计划
 - 3.帮助客户解决人生的四大问题
(1)失业 (2)年老 (3)生病或伤残 (4)死亡
 - 4.促进社会经济
-

(主管应向新人辅导的事)新人应具备的观念

一、“积极”对比“消极”

“积极思想”与“消极思想”就像铜板的两面,也是人生道路的两极。拥有积极思想的人就愈来愈积极;反之,拥有消极思想的人就会愈来愈消极。

1. 输入积极的思考

人的大脑就像一个计算机的硬盘,你放什么讯息进去,它便会输出相同的讯息。如果你输入的是积极的思想,行事态度则会充满朝气;假如你输入的都是消极思想,你的生活则会充满昏暗,凡事都提不起劲来。

在保险界,我们常以父与子比喻上司与部属的关系,上司成功的话,很多部属也会成功;如果上司失败的话,部属也会失败。因为上司的思想、言行都直接或间接地影响着部属,如果他感叹生意难为、消极、挫败,他的部属也会变得消极,工作散漫。相反,如果上司充满理想、积极正面,他的言行也会对部属有所刺激和鼓励,进而培养出朝气蓬勃的部属,部属亦会潜移默化地与上司并肩向着目标迈进。

2. 消极导致死亡

据闻德国在二次世界大战时期曾以残酷的心理方法杀死战俘。他们把战俘独立关在一所又黑又湿的地下室中,半点阳光也透不进去。然后用利器在他们的手腕上划上一刀,让那个战俘独自留在黑暗中,整晚听着自己的血从手腕上一滴一滴地流出,滴答、滴答地落在地板上声音……手腕渐渐觉得冰冷无比,全身也觉得无力,最后血液流尽而死。

到了翌日早上,当监狱的门打开后,便会看到战俘的尸体,但他的周围却一点儿血迹也没有,见到的只是一大滩的冷水。原来德军并非真的用利刀割那战俘的手腕,而是用很锋利的棒冰,在那人的手腕上划了一下,然后让冰块溶掉。但那位战俘却以为自己在流血,结果绝望而死。

原来导致战俘死亡的并不是手腕被割流血过多致死,而是黑暗的环境令战俘

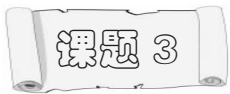
感到绝望。灰暗及无助的绝望,心理上觉得死亡将是必然的结局,加上冰块溶解的声音,在心理上感到流血过多,完全没有求生的打算而步入死亡的陷阱。

3.订立一个计划

很多人游戏人间,
每天的生活可能是刻板地度过。
我怀疑为何日子这样地度过了,
而没有做出一样有意义的事情。

然后我坚决地替自己订立一个计划,
对自己说:“我一定能够……”
然而,事情当天就发生了。
一切有意义的事情都朝着我而来。

你也可以像我一样,
其实这种事人人都可以做到。
而且非常简单,
先替你自己订立一个计划,
然后告诉自己:“我知道我一定能做得到。”



我过去一年的开支需求

当你决定到国外旅游时,你会采取哪一种方式呢?如果是选择参加旅行团,通常会先对比各旅行社的行程及价格后,再挑选出最符合自己需求的地点。而对于想自助旅行的人来说,则会自己规划旅游路线,自行呼朋引伴、一同出发。不管你选择跟团还是自助旅行,绝对不会只买机票,而对到了目的地之后,要去哪里玩或要住哪里全无概念。

寿险顾问也是一样,若没有设定目标且做好事前规划,就等于旅行却全无方向一般,不但不知从事寿险业的目的何在,亦无遵循的方向。

推销工作规划的第一步骤首先要明确,你自己要满足经济上的需求究竟需要多少金额。如果我们可以清楚过去 12 个月的开支情况,往后一年的开支就不难预测。因此,我们不妨利用过去一年的支出簿来参考。

(主管应向新人说明的事)了解我过去一年的开支需求

一、了解金钱上的需要目的

开销计划的重点并不在于记账,而在于预先把费用分配好。也惟有预先分配好,你才能控制好开销,并知道你的钱在耗尽前将何去何从,而因此可以杜绝浪费。

一般说来,存款簿是你拟定开销计划的最好基础。不过,在拟定开销计划前,最好先弄清楚你目前的开销习惯。首先,把过去 12 个月的存款簿统统拿出来,然后照如下的《我的年度计划》,将各项目的金额予以加总,这样你便可从中看出端倪,例如是否有任何不平常的开销,你能否缩减这些开销,是否有只增不减的开销等。但是,凡是与事业有关的开销则应特别予以深究。

接着你应评估一下你未来的开销目标,如是否需要新车,是否需要买彩电,是否需要买音响,是否需要买房子,是否需要度假,是否需要进修费等。然后想一想

你每月需存多少才能实现这些愿望。

再接着,把你过去的开销与你未来的目标(或愿望)做综合的评估,这样你就能拟定出完整的开销计划表。

请记住,加入寿险行业的最大好处之一就是有机会提高收入并赚进你的期望值。也就是说,寿险代理人可以将未来完全掌握在自己的手中。不过,千万别还没赚到钱就先奖赏自己。总之,你越重视事先策划、节俭以及耐心的美德,那么你的金钱管理也就越没有问题。

我的年度计划

支出项目		每月	全年
1.固定费用	租金或房屋按揭	1500	18000
	保险费(寿险+产险)	5000	5000
	银行定期存款	1000	12000
	债务偿还(分期付款除外)		
	股票投资	20000	20000
	全年总计		
2.生活费用	伙食费	600	7200
	服装费	200	2400
	电话费	150	1800
	水电费	100	1200
	医药费	500	500
	全年总计		
3.业务开支	交通费	150	1800
	广告邮寄费	50	600
	文具、图书、杂志费用	100	1200
	业务应酬	50	600
	全年总计		
4.其他杂项	其他贷款或捐款		
	娱乐、交际费		
	旅游费		5000
	俱乐部及各种会员会费		
	全年总计		

续表

(1) 未来 12 个月的总支出=上述 1~4 项全年总计之和	77300
(2) 未来 12 个月的其他收入 = 个人的其他收入(如房租、利息)之和	2300
(3) (1)-(2) = 未来 12 个月必要的总收入(及首年佣金)	75000
(4) (3)/12 = 每个月必须的收入	6250

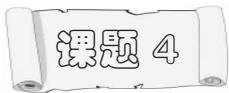
(主管应向新人辅导的事)新人应了解的重点

二、拟定有系统的计划

所谓运筹于帷幄之中,决战于千里之外。目标不确定,无法拟定计划。因此,不能有效去开拓客户、做出业绩,其主要的原因就是没有一个强制实施的目标。寿险代理人要维持稳定的生产力,必须预先设定年、月、周、日的目标,列出工作清单,依缓急次序排定每日、每周的活动计划,并遵照已策划好的活动目标努力去争取这些目标。这是寿险顾问开展业务所不可忽视的基本工作。没有完整的计划,开拓业务的工作将会变得毫无头绪、漫无目的。而寿险代理人的业绩也将会面临高、低生产力的冲击,出现极不稳定的状况。

一位寿险顾问加入保险业之初,往往是因为不满足现有的状况,希望在未来的日子中有所成就,令自己在各方面都有提升,包括生活水平、社会地位等。而有形的目标通常能刺激寿险代理人不断追求自己的目标。一年的金钱需求可让寿险顾问清楚明白自己的实际需求,在将金钱需求转化成工作目标后,使其能将生活目标融入工作目标中,这就是“生活工作化,工作生活化”的第一步,同时也是让寿险顾问坚持初衷的动力。

了解自己要什么才能知道自己要去做什么!



将开支需求转换为推销活动目标

推销工作规划的第二步骤——将维持生活所必须的金额换算成工作单位。年度业绩目标规划完成后,必须要有相对应的工作计划,让目标的时间性、可行性、挑战性更为明确具体。我们可按下列的步骤拟出你的工作计划:依年度业绩目标拟出年度工作计划;依每月业绩目标拟出每月工作计划;依每月工作计划展开每周工作计划。

(主管应向新人说明的事)拟定每周推销计划表

一、年度工作计划表

年度工作计划内容	全年	每月(1/12年)	每周(1/4月)
① FYP	万	万	万
② 平均每件保费(注一)	万		
③ 应成交件数(注二)	件	件	件
④ 所需要保书件数(注三)	件	件	件
⑤ 所需建议书份数(注四)	份	份	份
⑥ 所需面谈次数(注五)	次	次	次
⑦ 所需约访人数(即准客户人数)(注六)	人	人	人

注一:平均每件保费:可依个人过去经验值估计,若无经验值,则以每件保费 2500 元估计。

注二:应成交件数:③ = ① ÷ ②

注三:所需要保书件数:④ = ③ × 1.2。依经验值估计。因为每收取 5 件保费,必须要签 6 件要保书。

注四:所需建议书份数:⑤ = ④ × 3。依经验值估计。因为每签回 1 件要保书,必须要送出 3 份建议书。

注五:所需面谈次数:⑥ = ⑤ × 2。依经验值估计。因为每送出 1 份建议书,必须要经过 2 次面谈。

年度工作计划表(样本)

年度工作计划内容	全年	每月(1/12年)	每周(1/4月)
① FYP	20 万	1.7 万	4167 元
② 平均每件保费	2500 万		
③ 应成交件数	80 件	7 件	1.75 件
④ 所需要保书件数	96 件	8 件	2 件
⑤ 所需建议书份数	288 份	24 份	6 份
⑥ 所需面谈次数	576 次	48 次	12 次
⑦ 所需约访人数(即准客户人数)	1152 人	96 人	24 人

(主管应向新人辅导的事)新人应了解的重点

二、将开支需求转换为推销活动目标的重要性

在前一个的课题中,我们已经知道如何计算未来 12 个月必要的总收入,接下来我们准备进行推销工作规划的第二步骤——将维持生活所必须的金额换算成工作单位,也就是将今年度的理想收入化为年度业绩目标。然后再根据这个年度业绩目标来规划今年度的业务活动。

在你拟定每年业绩目标时,若能订出最起码与最理想的目标,是再好不过的事。其中最起码的目标是今年(或本年)所必须完成的事,最起码的目标没有讨价还价的余地,不但要发誓完成它,而且责无旁贷。至于最理想的目标则是希望在今年(或本年)完成的事,这一目标远在你最起码的目标之上。一言以蔽之,最理想的目标可视为是年度的红利目标。

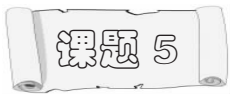
对于最起码与最理想的目标应该仔细思考,因为它们是开启大好前程的钥匙。“年度计划表”有助于新寿险代理人集中精力于主要的业绩目标和订出最起码与最理想的目标。

新进人员除了在短期内需要尽快熟悉本身工作的职责外,更要学习规划工作、管理时间,将时间和业务活动结合成高生产力的成果。新进人员对目标的控制开始时并不如期许中顺利,原因是因为产品专业知识不熟悉、心态调整不

好、销售流程不够熟练。如果没有清楚的年度工作计划表,新人往往会如迷途羔羊般丧失目标,一片迷茫,从而失去信心,继而放弃的不在少数。在明了自己一年的目标后,新人可以不断地对目标进行修正和加以调整,并且积极地改善不如意的部分,使自己的步伐与计划一致。

对于业务主管而言,可以将新人所填写的年度工作计划表作为依据,使之成为激励新人不断奋进的方法。并可定期拿出来与其检讨,如何让目标计划可行且施之有效;在斗志不高时,亦可帮助其重拾信心。

生命是一张白纸,
在夜晚降临前,每个人都可在它上面写一两句。
动手吧!纵然你只有写一行的时间,
也应该写得崇高壮阔
——写不好并不罪恶,写得低俗才是罪恶。



拟出准客户名册

销售循环的第一个阶段是寻找准客户。寿险代理人的保险推销工作能否成功,寻找准客户是其中的一个决定性因素。只要这个阶段的工作做得出色,寿险代理人便已踏出成功的第一步。而此项原则决不会因为寿险代理人业务资历的长短而有差别,因此在立足寿险行业之初,你必须养成客户开发的习惯,也就是维持一定数量的准客户名单。如果缺乏足够的准客户供联络与拜访,寿险代理人将无法长久从事寿险事业。寿险事业的成功与否,与寿险代理人寻找准客户的能力成正比。

因此新进的寿险代理人最好从认识的人开始招揽保险,这就是我们所谓的缘故市场(Natural Market),之后经由推荐介绍,再扩大你的市场。

准客户评估表、客户资料卡,都是用来协助寿险代理人,使他们更有效率和更有系统地工作。准客户评估表十分适合新寿险代理人,表中各项分类,可协助你写下一些客户的名字,你填写的资料越详尽,评审他们的工作就越容易。

(主管应向新人说明的事)拟出准客户名册

一、拟出准客户评估表的步骤

1. 请您尽可能将他能想起的名字列下 200 个(不需多也尽可能不要少),刚开始他可能填的都是他所认识的人,所以请您提示他学习如何接触新的客户以扩大其客户市场。

2. 参阅左上角所列的名字来源,选出其中一个,把所认识的人的姓名填写在姓名栏内,填写时也无须考虑其是否会购买寿险。切记,在未完成某一个名字来源时,不要填写另一个名字来源。这样,寿险代理人可以专心地写下每一来源中所有认识的人的名字而不至于东摸西找、漏掉重要的客户资源。

3. 将同一来源的名字列完后,便按照表上各栏所列的项目,将有关的资料列出。例如:在“家庭年收入”一栏里,共有六个选择,选出其中最合适的,在方格里填下“★”字。

4. 将一个名字下所有栏目的资料都列出后,请依照每一栏对应的评分类别进行评分。最后将累计总分标示出来。例如:“陈大文”的累计得分为 62 分。在得出分数后,寿险代理人可根据下面的评分标准来评审其是否为“第一准客户”。

A. 40 分以下。此类客户自身条件尚不成熟,非寿险代理人第一时间需要寻找的准客户。但是寿险代理人不应放弃此类客户,可与其保持一般的联系并培养客户的保险观念,在其日后环境发生转变时,使其能成为“第一准客户”。

B. 40 分 ~52 分。此类客户自身条件相对比较好,寿险代理人接触到此类客户的几率相对也比较多。寿险代理人应相当重视与该类客户的接触与服务,并积极拓展同类的客户市场。

C. 52 分以上。此类客户有很强的投保能力,属于良质客户,有助于寿险代理人的寿险事业。但与其接洽的机会可能相对比较不容易,寿险代理人自身应具有很好的素质和技巧。

5. 完成所有资料后,在每一个来源的最后一个名字右下角加上一括号(),在括号内填上同一来源名字的总数。同时,也在每一栏的项目内列上其总数。

当你完成某一来源后,再选出另一个名字来源,重复前面所表示的方法,直至完成目标。

请注意,不要重复已填写的名字,例如严成既是你的朋友又是你现在的邻居,在这种情况下,只须将其列入“亲戚和朋友”的名字来源内,而不要重复列入“过去和现在的邻居”的来源内,造成工作的重复。

6. 完成 200 个名字后,请做简单的摘要,以分析寿险代理人主要的客户群体及素质,帮助寿险代理人确立基本的目标市场。

7. 寿险代理人应养成随时补充准客户名单的习惯,因为名字越多表示成功的机会越大,成功的寿险代理人应该随时维持不少于 200 个准客户的名字。

8. 获得客户名字后,新人无须立刻进行约见,首先应该衡量一下这些名字是否具备准客户的条件,避免浪费时间在一些不合格的客户身上。

9. 协助新人用 CHINA 公式来评审他们。

(主管应向新人辅导的事)新人应了解的重点

二、收集准客户名单的四个方法

我们每天都在熙攘的人群中穿梭,人海茫茫,究竟去哪里寻找客户呢?我们又如何将芸芸众生转换成为我们的准客户呢?

这里提供收集潜在客户名单的四种方法:

1. 以熟识的人为开拓对象(缘故法):我们可以回想在求学过程中所认识的人;或者回想到目前为止,你所接触的人当中,你特别关心、最感亲近、交情最好的人;又或者回想一下常容易碰面的人。在建立潜在客户名单时,如果能够取得家人的协助,将会对你的事业更有帮助。

2. 推荐介绍:对寿险顾问而言,熟识的人、现有客户的亲友圈是潜在客户的极佳来源。所谓推荐介绍就是通过你所认识的人介绍潜在客户给你。通过推荐介绍来取得的名单有两大好处:

- (1)比较容易取得信任;
- (2)比较容易取得客户相关资讯。

3. 以现有客户为开拓对象:新人在初期阶段不会一下子拥有太大量的客户,但是主管应该让新人了解成功的寿险顾问都能由他们的现有客户中得到宝贵的资讯,从而再创佳绩。

4. 陌生拜访:很多寿险顾问为了开拓准客户及磨炼自己的销售技巧,常会用这种开拓法来累积准客户。

主管可以引导新人在尝试以上各种方法后,选择自己容易的准客户市场加以开发。通过对准客户的评估,新人可以初步确定自己的目标市场,并可以有有条不紊地安排接下来的工作——立即去拜访合格的“人”。



如何拟定推销月计划表

当新人已经拥有足够的准客户名字时,我们可以帮助他开展接下来的工作。

那就是进一步筛选合格的准客户名字,然后将其放入月份计划中。同时随着新人工作的逐步开展,在其月份计划中会产生将要成交的客户,将要提供售后服务的客户,将要访问的影响力中心等。

通过有序的整理和收集工作,新人在良好的工作习惯养成过程中,学会先接触有当下之急需的客户,然后在适当的时间点回访和进行售后服务,使每月的工作变得更有条理性和有效性。

(主管应向新人说明的事)如何拟定推销月计划表

一、如何拟定推销月计划表

寿险顾问的工作就是与“人”交谈,确定与正确的“人”交谈才能够进行有效率的工作。而月份计划正是帮助我们去找寻合格的客户来开展工作。

我们将月份计划分为四部分:

1.预定访问的合格准客户:在准客户评估表中挑出本月份所准备会谈的准客户。

2.预定应成交的准客户:列出这个月你判断可能销售成功的对象。

3.预定联系的客户:列出所欲拜访或需提供服务的客户。

(包括给客户寄送生日贺卡,契约内容变更申请、理赔、收续期保费等等。)

4.预定访问的影响力中心:列出具有影响力且愿意帮助你的人名。

影响力中心无须是你最亲密的朋友,却须具备以下的特质:

> 希望你成功;

> 具有良好人际关系;