

跳脱传统推销模式的秘诀

台湾保险
畅销书



保险行销进阶系列一

职团开拓大搜秘

编著：余秋菊

根据统计，采取团开拓路线的业务员，65%的人可轻松做到一日十访；延续传统推销方式者，只有29%做得到，而且很辛苦。

“辛劳较少，面谈较多”是职团开拓最具魅力之处。

10.4
61

暨南大学出版社

保险行销进阶系列一

职团开拓大搜秘

余秋菊 / 编著

暨南大学出版社

职团是品质与数量均丰的目标市场

台湾地区保险业将迈入职团行销

“道路经常拥塞不堪，东奔西跑浪费掉多少宝贵的时间呀！”

“如果可以在同一时间、同一地点拜访许多准客户，就好像把准客户集合起来，那该多好……”

这是保险业务员的期盼。职团开拓符合了这种期盼。事实上，有不少保险业务员早这样做了，但都不是系统化、有方法地列为工作重点，只是随着机缘偶尔去做。

职团中的准客户都有稳定收入，具备购买力，而且购买时往往有连锁示范效果，是保险业质、量均丰的目标市场，岂可忽视！

比较美、日保险业演变史，中国内地保险业迈入职团行销阶段，是必然趋势。

在中国有关职团开拓技术的研究较少，书籍更是罕见。本书详细地介绍了日本最尖端的职团开拓技术，是不可多得的保险推销书籍。

更值得一提的是，论述中配了众多的实例。

与读者的约定

1. 请勿忘记你现在想看本书的心情。
2. 请虚心接受本书的内容。
3. 请每天至少实行一项本书所提的建议。
4. 请在心中默念三次：“我一定会成功。”
5. 请坚守你崇高的理想度过愉快的人生。

如果读者能耐心看完本书,并遵守以上 5 项约定,我们保证,这必能解决现在正困扰着你的问题。

本书使用了一些图表,目的就是为了让读者能通过眼睛来理解,刺激联想,进而掌握全书的精髓。

出版本书的目的,是期待通过本书的介绍,让你成为一位真正的保险业务员,让每位保户都能满心期待与你见面,更期望你能以生活咨询师的身份受到大众的尊敬与信赖。

现在，我们仿佛已经看到，你以充满自信的态度活跃在工作岗位中。我们相信，你一定可以达到这种境界。

本书出版以来，为充分反映社会各种状况的变化，多次增添新资料。读者如有任何意见或工作经验谈，请指教，以作为下次修订内容时的参考。



目 录

目 录

与读者的约定.....1

第 1 章 职团销售的优势.....○

能与众多的潜在客户见面——事半功倍.....2

反复效果较大——仿佛电视的广告画面...5

能收集商情以利业务拓展

——资料量决定推销的成功与否.....7

以企业为核心拓展业务

——众多的关系企业.....8

能与企业的主管面谈

——从个人保险到团体保险.....10

能培养社会观



职团开拓大揭秘

——生活及工作的意义……………11

能拥有稳定的业绩

——信赖感的建立……………12

第2章 如何寻找职团————○

与其等待机会不如创造机会……………16

寻找职团的方法……………17

1. 在现有的企业中寻找目标……………17

2. 掌握企业的现状……………18

3. 积极拜访大写字楼……………21

4. 重视小型企业的存在……………22

相逢自是有缘……………26

第3章 从接触到展开销售————○

接触的方法……………30



问卷内容·····	32
访谈训练 问卷调查·····	35
实践篇 职团行销体验·····	38
拟订工作重点是成功的关键·····	44
应用篇 I 春节前后是个好时机·····	46
应用篇 II 银行分行支库的访谈方式·····	48

第 4 章

成功者实例

中坚分子高夏田 / 时间累积信誉·····	54
新人左碧鸿 / 基本活动·····	64
个中好手蔡志佳 / 建构屏障·····	72
爱好体育活动的符芝英 / 大型企业接触法·····	80
以中老年人为目标市场的康立国 / 退休人员 的咨询辅导师·····	90



第5章 职团开拓基本方法

- 第一步骤——访问前的准备工作·····101
- 第二步骤——初次访问公司·····104
- 第三步骤——第二次访问的准备工作·····108
- 第四步骤——分发个人简介·····117
- 第五步骤——整理意见调查表·····121
- 第六步骤——绘制办公室座次表·····123
- 第七步骤——多样化的开展方式·····126
- 第八步骤——筛选可觥的投保户·····128
- 第九步骤——设计建议书到签约投保·····132

第1章

职团销售的优势

推销保险以人为对象,争取在最短时间内与最多的人见面,并通过见面找到潜在客户,争取保单的签订。职团销售保险集合了这两项特质,让你花最少的时间见最多的人,得到最大的成效。

○争取职团的业务

推销保险的方法很多，每种方法都各有优势。当然，业务员对推销手法的擅长与否也影响了工作的进行。但是，不论你对推销工作是否深具信心，即使你是个新人，也请你务必要争取于职团内推动保险的业务。

因为，在职团中从事推销保险的工作，有以下几项优点。

优点 1

■能与众多的潜在客户见面——事半功倍——○

推销保险是以人为对象，争取在最短时间内与最多数的人见面，并通过见面找到潜在客户，争取保单的签订。在职团中推销保险就集合了这两项特质，让你花最少的时间见最多的人，得到最大的功效。

虽然，在保险人员每天的活动中，有所谓“1日10访”的目标，可是每天要与10位素昧平生的客户谈保险的观念，仍然是件非常困难的事。如果你可以在职团内负责推动保险业务，那么，情况就不一样了。你很容易地就可以马上与10位客户见面。



第1章 职团销售的优势

据某保险公司对业务员每日的面谈数所作的调查显示,担任职团访问员的业务代表,平均有65%的人,每天与10位以上的客户见面,但是,担任非职团访问员的业务代表,只有29%的人可以一天内和10位客户见面。

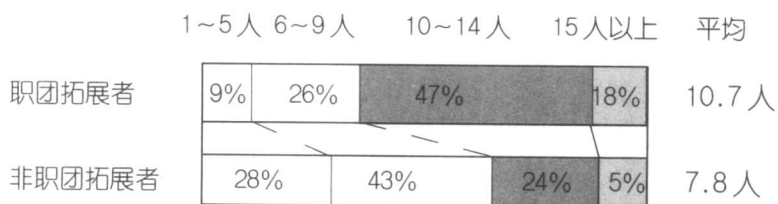
两者比较之下,平均每天的面谈数只有3人之差。但是,担任非职团访问员的业务代表所付出的劳力比担任职团访问员的业务代表多。

也就是说,在职团中你可以“辛劳较少,面谈较多”,取得较大的工作成果。



职团开拓大揭秘

一天的面谈次数



优点2

■ 反复效果较大——仿佛电视的广告画面——○

电视广告总在相同的时段中，出现在消费者的眼前，看的次数多了，消费者对广告内容自然熟悉，自然产生亲切感，在购物时自然就以此类的商品为选择对象，推销保险与这种情况有几分相似。

在职团中推销保险也是这种动作的反复。每天的例行访问、谈话，看似平常，但是在长时间的交流中，双方自然产生亲密感，对方对你所销售的商品自然也会加以信赖，并作为选择中的首位。

我们也可以在每天的接触中，收集到有利的资料，了解到对方的需求，并选择在适当的时机向对方推销保险。

根据调查结果显示，通过保险访问员而加入保险的保户中，有绝大部分的原因是因为“可以放心”、“值得信赖”、“售后服务的易得性”，而“没有特别的理由”可能是所有原因中最特别的了，这个理由的出现应该要归功于业务员每天如广告片一般，不



断上映所得到的成果。

通过职团访问员加入保险的理由

- 因为可以放心
- 因为值得信赖
- 因为是老朋友
- 因为服务亲切
- 因为前辈、同事都通过同一人加入保险
- 没有特别的理由
- 因为业务员很热心
- 因为已经无法再推辞了
- 因为上司的介绍
- 因为是自己负责的业务范围



优点3

■ 能收集商情以利业务拓展——资料量决定推销的成功与否

有正确而丰富的资料，不仅可以帮助你了解客户，帮助你拟定工作的流程，更可以帮助你在销售市场上占优势。因此，如何取得资料，如何掌握资料，就成了决定工作成功与否的关键。

在我们的生活周围，资料泛滥，关键在于你如何在成堆的资料中去发掘它、利用它，让它变成对你有用的商情。以下是你最容易取得资料的地方。

- 公司简介 / 公司的发展、现况、商品、员工人数、分支机构、关系企业、设施、经营者介绍、往来事业单位、往来银行……
- 自办刊物 / 人事调动、新进、退休人员介绍，结婚、生产、单位活动、公司的发展目标、目前的推动事项……
- 工会简讯 / 薪资、福利措施、文体活动、工会干部名单……

此外，别忘了，在你做例行的团体访问时，更是你累积个人资料的最佳时机。



优点 4

■ 以企业为核心拓展业务——众多的关系企业——○

企业本身就是一个经济活动实体,与这个经济活动相关的产业人口必然也为数颇多,所以,不要将眼光局限在企业从业人员的身上,必须将业务范围扩大到相关产业的人员身上。

这样,以企业为中心,开展业务范围,必然可以使你的保险市场更为壮大。

以A公司为例来看,其相关产业、相关业务人员,通过图表我们可以明确地掌握,这种状况不仅存在于A公司,这也是其他企业的共同现象。

