

2000 Top of the Table

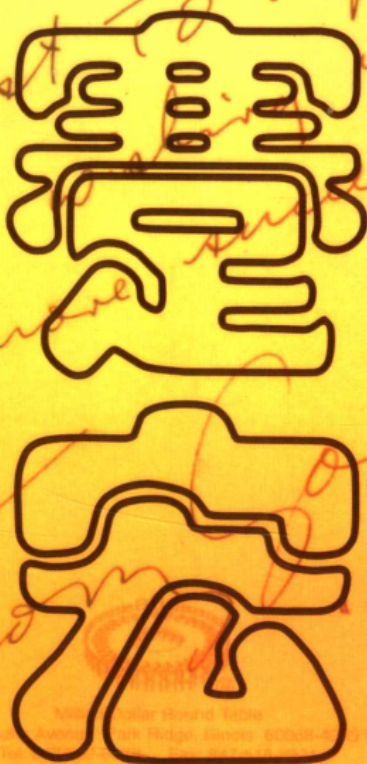


中国第一位MDRT
顶尖级会员

JIAN HONG
SHOU XIAN YING XIAO
XIN SI WEI

寿险营销

新思维



高目 著

广东经济出版社

责任编辑：崔黎民
责任技编：陆俊帆

JIAN HONG SHOU XIAN YING XIAO XIN SI WEI

蹇

内容简介

他是一个冒险者，为了追逐成功和期望，放弃安稳的生活、研究生文凭，只身闯荡商海……

他是一个破产者，数以千万的家财，一夜之间化为乌有，一掷千金的豪爽转眼变成一文不名的窘迫……

他是一个探索者，在芸芸众多的同行中，为追寻自我的独特表现，把自己的事业奠基为信仰的坐标，把对人性光辉的探寻转换成对事业、对社会的爱……

他是一个成功者，因为勇于冒险和探索，因为刻骨铭心的失败，更奋力地追求成功，在短短三年时间里，从一个试用业务员成为MDRT顶尖级会员，成为中国内地登上这个高峰的第一个代表……

他是蹇宏。

宏

ISBN 7-80677-070-4



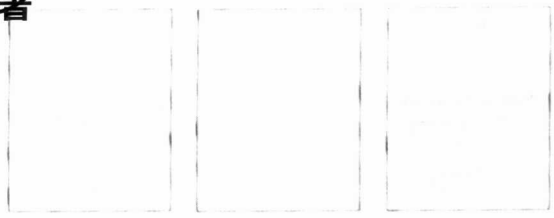
9 787806 770702 >

ISBN 7-80677-070-4

F·590 定价：25.00元

2000 Top of the Table

高目 著



Membership Directory
Membership as of June 30, 2000

寿险营销
新思维

蹇宏

to Tian from you
The first who success
PRC - many years
Com Gordon
11-10-2000



广东经济出版社

Wilson Dollar Round Table
325 West Touhy Avenue Park Ridge, Illinois 60068-4265 U.S.A.
Tel: 847/692-6378 Fax: 847/516-8921

图书在版编目 (CIP) 数据

蹇宏寿险营销新思维 / 高目著. — 广州: 广东经济出版社,
2002.3

ISBN7-80677-070-4

I . 蹇… II . 高… III . 人寿保险—市场营销学—经验—中国
IV . F.842.62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 071734 号

广东经济出版社

(广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)

— * —

经销: 广东新华发行集团股份有限公司

印刷: 深圳市森广源实业发展有限公司

(深圳市福田区天安数码城 F5.8 栋二楼)

2002 年 3 月第 1 版 2002 年 3 月第 1 次

开本: 850mm × 1168mm 1/32 印张: 6.25 插页: 4

字数: 128 千字 印数: 1~4200 册

书号: ISBN7-80677-070-4/F · 590

定价: 25.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

· 版权所有 翻印必究 ·

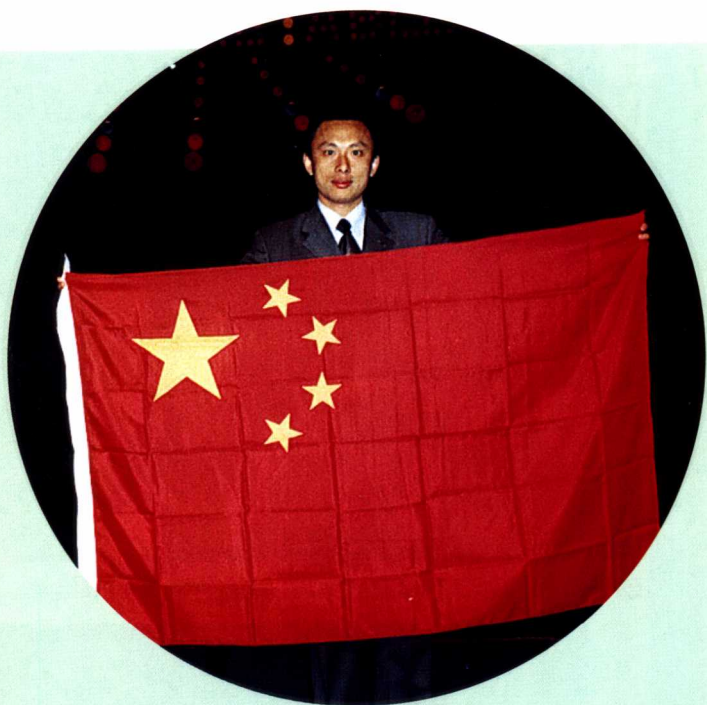


在平安保险第四届高峰会上，与马明哲董事长合影。



高峰会英雄宴





2000年，拉斯维加斯，MDRT顶尖级会员年会上，第一次出现中华人民共和国国旗。



2000年，拉斯维加斯，MDRT顶尖级会员年会与大会主席托尼·高登先生合影。



“生命第一”网千禧投保，惊喜万千活动。



在湖北五峰自治县长乐坪镇平安思源中学揭牌仪式上。





2001年，澳門，華人壽險龍獎大會，與大會主席梁天龍先生合影。



澳門，華人壽險龍獎大會為賽宏舉辦的專場介紹。



內蒙紀行



2001年，加拿大多伦多，MDR大会留影。

蹇宏寿险营销新思维

引 言——把寿险当信仰

我必须走在这个时代的最前列。要么成功，属于中国的民族寿险；要么失败，属于无怨无悔的自己，这是我新世纪的惟一选择……………（1）

第 一 章——为何遭人白眼

1997年8月，从千万资产变得一无所有的蹇宏，走进了平安保险公司的大门，成了一名试用业务员……………（3）

第 二 章——拷问灵魂

扪心自问，你有没有误导顾客？有多少业务是朋友帮忙？又有多少业务是你自己做的？你有没有真正从顾客的角度做业

务？你的售后服务是否真正发自
内心 (13)

第 三 章——寿险是什么

寿险是一颗感恩的心；寿
险是一种文化，寿险是高尚的人
格；寿险是一种信仰 (27)

第 四 章——人性的光辉

人性是一本大书，里面有
着深厚的文化积淀。要做好寿险
营销，就必须不断的研究学习，
让人性绽放出夺目的光辉，让人
性的光辉照亮寿险营销之路 (41)

第 五 章——专业化道路

一个专业的寿险营销人首
先要吃透保险学和保险法的相关
知识，对自己所销售的险种有透
彻的理解，同时还应当注意整个
行业的发展动向，尽快拓展自己
的知识面 (49)

第 六 章——个性化营销

个性化的服务才能创造价
值，个性化服务的关键在于营销

人怎样摸准客户需求的脉搏	(55)
-----------------------	------

第 七 章——网络营销

每一个人的一生都在追寻 人生的真谛，每一个人都希望自 己拥有幸福的人生，在《生命第 一》——中国第一家专业的人寿 保险网站的《时尚快递》，传递 的就是这样的一种人文关怀	(61)
---	------

第 八 章——经营个人品牌

成功是成功的桎梏，创新 是创新的障碍	(73)
-----------------------------	------

第 九 章——新思维旋风

近一年时间里，蹇宏先生 就像火种一样奔波在全国各地， 几乎所有机构都去过，几乎所有 听过蹇宏演讲的人都感到内心强 烈的震撼	(77)
---	------

第 十 章——与高手同行

向高手学习，与高手同行， 只有在与高手的交流和学习中， 才会有更多的思索、体味、感悟	
--	--

和回忆，而这一切都因有高手同行而升华 (89)

第十一章——MDRT 顶峰

作为中国内地首位也是惟一一位 MDRT 顶尖会员，在拉斯维加斯殿堂般的会场里，蹇宏心底涌出的是寿险营销人跨越顶峰的澎湃激情，是作为一名炎黄子孙的自豪感 (97)

第十二章——与网民对话

“你个人最大的特点是什么？你认为你成功的动力是什么？”

“最大的特点就是不放弃自己的理想和追求，成功的动力是责任、使命和信仰” (105)

第十三章——蹇宏精神之争

什么才是新时代应该倡导的社会道德和商业道德？什么才是真正的敬业？人们应该怎样去处理个人与集体的关系？怎样才是成功的人士 (121)

第十四章——饮水思源

他要告诉客户，自己和他
们一起正在开创一项新的事业，
就是要在新时代大力弘扬“饮水
思源，回报社会”的优秀伦理传
统 (131)

附 言：蹇宏真情告白

——寿险营销的持久动力源和营销
之道 (139)

后 记：寿险营销革命的春天 (193)

把寿险当信仰

他是深圳平安人寿的一名寿险营销业务员。

与他接触，你会从心底油然而升起一种莫名的感动。

这种感动不在于他跌宕起伏的人生传奇，不在于他从人生废墟上站立起来的勇气，也不在于他平时待人处事的“侠士情怀”。

这种感动是如此的强烈，因为他的出现，使中国的老百姓见识到了中国寿险营销人一种崭新形象。

这种感动是如此的强烈，当我们在一种急于求成的浮躁心情下疲惫前行时，蹇宏用他的思想和行动，在苦苦反思我们原有的寿险营销文化的致命缺憾。

这是一个变革的时代，寿险营销文化的变革是这个变革时代的一个重要侧面。我们无法抑制住源自心底的激情，因为在我们面前，波澜壮阔的变革浪潮正从寿险营销的一角徐徐展开，进而波及经济和社会的各个领域。归根结底，这场变革必将锻造出中华民族新的人文精神。人文精神的欠缺，正是如今我们彷徨、苦闷、浮躁的根源所在。

“民族寿险营销随着世纪的曙光，迎来了一个革命性的时代。我必须走在这个时代的最前列。要么成功，属于中国的民族寿险；要么失败，属于无怨无悔的自己，这是我新世纪的惟一选择。”

在新千年的钟声里，蹇宏写下了这样的文字。