

# 保险销售

孙健◎著

实战  
白金版

## 话术模板 与应对技巧

即学即用的79个话术模板，简明准确的行动指南

用好微表情读心术，于细微处引导销售过程！  
牢牢抓住顾客心理，说对，说准，迅速成交！

明确销售流程、关键问题与销售目标  
快速提升销售技能，增长销售业绩  
全面实施销售过程训练、指导和监督  
促进内部销售系统和培训课程开发

保险销售  
必备·实用  
手册



电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>

华通咨询  
HUATONG  
专注于管理实践  
www.huatop.com

华通咨询内训好课程书架  
微表情销售力提升丛书

# 保险销售 话术模板 与应对技巧

孙 健◎著

实战  
白金版

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

本书内容涵盖了保险销售的各个阶段——拜访客户，消除客户对保险的偏见、对公司的误解、排他性异议，支付保费，选择险种、签单和售后服务等。从这些方面的问题出发，本书结合顾客心理，给出了卓越的解决话术及相匹配的销售引导模式，使销售人员“不但知道怎么说，而且知道怎么做”。通过系统地学习和应用本书，将为销售人员提供全方位的销售技能指导，帮助销售人员快速掌握业绩倍增的销售方法。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有，侵权必究。

### 图书在版编目（CIP）数据

保险销售话术模板与应对技巧：实战白金版 / 孙健著. —北京：电子工业出版社，2014.2

（华通咨询内训好课程书架·微表情销售力提升丛书）

ISBN 978-7-121-21677-0

I. ①保… II. ①孙… III. ①保险业务—销售—口才学 IV. ①F840.4

中国版本图书馆CIP数据核字（2013）第244722号

责任编辑：杨 雯

印 刷：三河市鑫金马印装有限公司

装 订：三河市鑫金马印装有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编：100036

开 本：720×1000 1/16 印张：16.25 字数：304千字

印 次：2014年2月第1次印刷

定 价：35.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至zlt@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。



中国企业从改革开放以来经历了三十多年的发展，现在正处于经济和产业结构的调整期。当下的经济形势严峻，全球性竞争格局正在进一步加剧，而中国企业不管是从研发、管理，还是从品牌、服务上来说，竞争力都有所欠缺，这是大部分管理者承认的一个现实，且多数管理者也深刻地感受到当下这个调整期的艰难。

素以“狼性管理”著称的华为掌门人任正非说：“华为没有成功，只是在成长。”在这位掌舵着世界排名第三位的通信企业经营者眼中，企业的成功必须如德国、美国、日本等国家的那些优秀企业一样历经市场检验，做到严守企业的经营理念 and 生存信条，与时俱进地提供高品质的产品和优质的服务。

而综观国内的大多数企业，除了经历过浮躁的市场拓展和粗放式的发展历程以外，真正用于锻炼内力、修炼品质的时间还很少。“中国制造”仍然是加工厂和低端产品的代名词，中国大多数企业仍然很难经得起风雨。

这是我们的底子较弱、管理水平较低所致。

毫无疑问，我们将会迎来一个新的未来，这是社会和经济发展的必然。经由结构性调整所产生的未来经济或产业格局中，也必将成就一批优秀的企业。但是，谁是未来的幸运者？我们能否安然无恙地踏上通向未来的发展之路，并且在未来的市场和经营格局中占据一席之地？或者，哪些企业最有可能在这种变化中被逐步边缘化，以致失去对未来市场的适应力？这些问题很重要，但这并没有现成的答案，需要我们在实践中敏锐地察觉变化，总结出科学的经营模式和管理方法。

我们要做很多工作，才能避免企业被边缘化。但有一条核心原则是不变的，那就是必须改变过去普遍存在的粗放式管理现状，寻求企业在各个关键资源、关键业务上的价值产出。过去，我们可能认为管理好客户或者做好产品研发是第一要务，今天，这两者同等重要；过去，我们可能认为在成本的基础上控制质量是关键，今天，质量、成本及产品创新等，都需要齐头并进。我们能够感受到的一个基本事实就是：在一个社会快速发展的时期，把管理的重心压到任何单一经营管理要素上，都是行不通的，都不可能保障企业通向未来。我

们需要以一种“全面管理”的视野来经营企业——市场位置的瞄准、竞争优势的形成与维系、应对变化的思路、业务流程的科学性、人与业务的整合、人才价值的深度挖掘等——这些关键要素都应该纳入系统整合、优化的范围。最终，我们需要用“全面管理”的原则和实践赋予企业强健的魂魄。

对管理进行全面优化涉及的不只是经营和管理理念，它更需要落实到具体的行动中去，落实到实际管理行为中去，它是对管理实践活动提出的最基本的要求。正因为如此，我们每一个管理者都必须有意识地发现有效的、更好的管理方法，有意识地去改变企业经营中落后的因素。

鉴于过去近十年时间里，华通咨询（全称“北京华通正元管理咨询有限公司”）一直在从事企业管理咨询和研究工作，我们有机会接触到各类型企业经营管理中常见的问题，也能够较深刻、全面地理解各类企业的管理需求。与此同时，华通咨询在过去近十年时间里，已经形成了较强的咨询与研究互补结合的能力。因此，华通咨询希望与更多具备前瞻力的企业经营者和管理者一起推动这项变革。基于这样的信念和目标，华通咨询确立了一项基本的使命，那就是推进管理思想和管理技术的实践应用与研究。

在过去一些年里，我们的研究人员、咨询师队伍满怀着改善中国企业管理水平的使命感努力地工作，未来我们也将如此。您现在看到的这些图书产品，是我们依据管理实践的需求和企业普遍存在的问题，进行系统分析和总结的成果，也是我们对中国企业普遍存在的管理问题的系统解答。

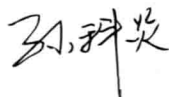
站在变革时代的风口浪尖上，我们满怀希望——希望中国的每一个企业都能够在剧变的经营环境中安然无恙，都能够找到自己的产业坐标。我们推进咨询与研究一体化的工作，并总结咨询研究成果汇集出版，其目的正如上述。

但是，除非管理者认识到企业的管理不足及自身的不足，意识到这些不足是迫切需要解决的问题，否则再正确的经营思路、再有效的管理方法都不可能产生实际的经营成效。企业管理水平的提升，首先面临的问题就是企业管理者思维方法和能动性的提升。麻木不仁或者满足于现状的管理者，是不适合当下及未来的经营管理需求的——管理者必须更加努力地学习新知识、新方法，必须更加努力地通过管理的优化为企业创造出更好的局面，这是管理者的使命。

当下是未来的序幕。我们今天的努力将决定我们的未来。

谨此，与读者朋友和管理同人们共勉！

华通咨询 总经理



# 前言

众所周知，很多人对保险有着诸多偏见，这严重地影响了保险销售工作的正常开展。快速、有效地化解客户的保险异议，在保险销售工作中显得尤为重要。

许多推销员仅将保险销售工作视为一项谋生的工具，他们认为，劝说客户投保，获得高额佣金即可。为了达到这个目的，他们丝毫不在意做事的原则和道德，渐渐地，在销售过程中不断地凸显出各种各样的问题，推销员的销售工作面临着严峻的考验。在这里，我想说，保险是一项利人利己的服务事业，推销员要尽快转变销售思路。

在拜访客户的过程中，推销员需要秉持为客户着想的理念，用心感受客户的心理状态，站在客户的立场上考虑问题，让客户感知到真诚的服务态度，客户就会接纳推销员，进而愿意考虑为其推荐的险种。

为了帮助更多的销售人员掌握这种专业的销售技巧，华通咨询的销售力培训老师和咨询顾问一直从事着各类型销售团队、销售人员的话术设计、销售技巧训练，曾帮助数十家企业重新构建销售力系统，帮助他们在新的竞争环境下取得了良好的业绩。华通咨询“微表情销售力提升丛书”正是基于这样的实践基础，悉心研发而成的。

本套丛书系统地归纳了在销售过程中最常出现的各种销售场景，针对各个场景中需要重点应对的问题进行了深入的分析，并提供了专业的销售技巧指导。它根据销售原理，结合客户心理，设计了卓越的营销话术，以及相匹配的销售引导模式，使销售人员“不但知道怎么说，而且知道怎么做”，只要活学活用这些销售话术与引导技巧，就能与客户有效沟通，进而快速地达成交易。

鉴于本套丛书的这一定位，通过阅读和使用本书，我们将重点为读者解决以下问题和提供以下帮助。

(1) 弄清楚每一项销售环节和销售场景，洞悉客户的心理特征，准确把

握自己的销售目标，不再盲目地实施销售行为。

（2）以客户的行为表现为依据，设计“即学即会，一用就有效”的销售话术和销售引导技巧，为销售人员与客户之间营造一种良好的沟通氛围。

（3）指导销售人员在合适的时间、合适的地点用合适的“话术和微行为”影响、推动客户达成签单协议。

本书是本套丛书中的一本，内容涵盖了保险销售的各个阶段——拜访客户，消除客户对保险的偏见、对公司的误解、排他性异议，支付保费，选择险种、签单和售后服务等，通过系统地学习和应用本书，将为推销员提供全方位的销售技能指导。

推销员在保险销售的过程中，经常遇到各种各样的难题，如果不能很好地加以解决，这些困境会阻碍保险销售的成功。本书罗列了79种常见的难题和销售障碍，并通过提供专业的销售指导，帮助推销员快速掌握业绩倍增的销售方法。

参加本书编写工作的人员包括：孙健、孙科炎、陈智慧、李国旗、罗先凤、洪少萍、李瑞文、秦术琼、宋松红、孙东风、谭海燕、谭汉贵、王晓荣，在此一并表示感谢。

衷心地希望这本书能给广大读者朋友带来帮助。如果您发现书中不足之处，请提出宝贵的意见和建议。

笔者



## 第一章 化解客户拜访阶段遇到的问题

销售场景01 / 我很忙，没空听你说下去·····	2
销售场景02 / 买保险，免谈·····	5
销售场景03 / 又是卖保险的，真烦人·····	8
销售场景04 / 咱俩不认识，我凭什么相信你·····	11
销售场景05 / 没看见门口写着“谢绝推销”吗·····	14
销售场景06 / 别再油嘴滑舌了，我不想听·····	17
销售场景07 / 苦日子过惯了，不需要办保险·····	20
销售场景08 / 留下你的联系方式，需要的时候再联系你·····	23
销售场景09 / 推销员不可信，我会选择其他的渠道投保·····	26

## 第二章 有效纠正客户对保险的偏见

销售场景01 / 我对保险没什么兴趣·····	30
销售场景02 / 买保险不是诅咒自己吗·····	33
销售场景03 / 保费交上去之后就会一去不回·····	36
销售场景04 / 买保险还不如把钱存在银行里·····	39
销售场景05 / 将钱投在股市上，要比买保险划算得多·····	42
销售场景06 / 保险费率总是变，投保让人不放心·····	45
销售场景07 / 发生意外的概率非常小，我不做赔本的买卖·····	48
销售场景08 / 周围的人都没有买，我也没有买的必要·····	51
销售场景09 / 我有退休金，用不着担心老了之后的问题·····	54
销售场景10 / 投保容易，理赔的时候太困难·····	57
销售场景11 / 理赔的时候还要打官司，真是麻烦·····	60



### 第三章 消除客户对保险公司的误解

销售场景01 / 保险公司都是骗人的·····	64
销售场景02 / 保险公司要是垮了，我们该怎么办·····	67
销售场景03 / 保险公司就是一台赚钱的机器·····	70
销售场景04 / 保险公司霸王条款太多·····	73
销售场景05 / 所谓的分红保险，都是骗人的招数吧·····	76
销售场景06 / 这么多年没买保险，还不是平安地度过了·····	79
销售场景07 / 霉运是命中注定的，保险公司也没办法阻止·····	82
销售场景08 / 你们公司名气不够大，我选择××公司·····	85
销售场景09 / 从未听说过你们公司，我无法放心·····	88
销售场景10 / 其他保险公司是如何规定的？我对比一下再说·····	91
销售场景11 / 我已经买了其他公司的保险了·····	94

### 第四章 面对客户排他性措施的沟通策略

销售场景01 / 小心驶得万年船，没必要买保险·····	98
销售场景02 / 孩子还小，长大以后再投保·····	101
销售场景03 / 我还年轻，不考虑人寿保险·····	104
销售场景04 / 我的身体很健康，不需要买保险·····	107
销售场景05 / 我有银行储蓄，不需要办理保险·····	110
销售场景06 / 我有社保，不需要买保险·····	113
销售场景07 / 儿子将来会养老，养老保险用不着·····	116
销售场景08 / 福利和待遇很好，没有必要买保险·····	119
销售场景09 / 我不缺钱，不在乎保险公司赔的那点钱·····	122
销售场景10 / 我认识保险公司的人，不想从这里买保险·····	125
销售场景11 / 已经买过保险，暂时不需要·····	128

### 第五章 消除保险费支付方面遇到的问题

销售场景01 / 我现在贷款消费，保险是奢侈品·····	132
销售场景02 / 钱很紧，缓缓再买·····	135
销售场景03 / 要还房贷，没有多余的钱·····	138
销售场景04 / 等我有钱的时候再说吧·····	141

销售场景05 / 保费太贵了, 我支付不起	144
销售场景06 / 将来不一定有钱缴纳这么昂贵的保费	147
销售场景07 / 赚钱的险种有哪些	150
销售场景08 / 只给孩子买保险, 我没必要买	153
销售场景09 / 你推荐得太多, 我不需要这么多的保险	156
<b>第六章 轻松面对客户选择险种时的问题</b>	<b>159</b>
销售场景01 / 我是月光族, 存不下钱来	160
销售场景02 / 虽然退休了, 还是想办一份保险	163
销售场景03 / 孩子教育方面有什么保险可选	166
销售场景04 / 新买了一辆车, 我需要上保险	169
销售场景05 / 我不差钱, 关键是选择合适的险种	172
销售场景06 / 贷款买的房子, 房奴压力大啊	175
销售场景07 / 没有社会保险, 老了以后该怎么办呢	178
销售场景08 / 只是外出游玩, 不会出什么事吧	181
销售场景09 / 上下班的生活很简单, 不会有什么意外	184
<b>第七章 主动促成客户签订合同</b>	
销售场景01 / 条款这么多, 我还是不买了	188
销售场景02 / 早晚都会买, 不急于一时	191
销售场景03 / 我再考虑一下吧	194
销售场景04 / 我需要征询一下××的意见	197
销售场景05 / 买保险确实有必要, 可家里不是我做主	200
销售场景06 / 要是你离开了这家保险公司, 我该找谁呢	203
销售场景07 / 我只买最便宜的保险	206
销售场景08 / 我要是买下这份保险, 有没有礼品赠送	209
销售场景09 / 掌握促成交易的方法	212
销售场景10 / 如何巧妙地离开	215
<b>第八章 用贴心的服务感动客户</b>	
销售场景01 / 上次买的保险, 我感觉不值	219

销售场景02 / 免责条款是怎么回事，我忘记看了·····	222
销售场景03 / 买了保险之后怎么就见不到你了·····	225
销售场景04 / 你来多少次都没有用，我是不会续保的·····	228
销售场景05 / 资金周转出现问题，我得退保·····	231
销售场景06 / 投保的时间太长，我坚持不下去了·····	234
销售场景07 / 交了这么多年的保费，一点用处都没有， 我要退保·····	237
销售场景08 / 我这里出了点事，需要申请理赔·····	240
销售场景09 / 与老客户保持经常性的联系，和他们也是朋友·····	243

## 参考文献

## 第一章

# 化解客户拜访阶段遇到的问题



在拜访客户阶段，推销员需要激发客户继续交流的兴趣，让客户愿意听我们诉说。

## 销售场景

# 01

## 我很忙，没空听你说下去

### 客户心理活动

- (1) 既然你与公司没有业务上的来往，那么我就没有必要听你说下去。
- (2) 我手头有一堆事情要处理，没有工夫听你说废话。
- (3) 电视剧正演到精彩的地方，我不想错过。
- (4) 不要和陌生人说话，我得找个理由赶紧打发他。
- (5) 家里来了客人，我得赶紧张罗。

### 推销员的销售目标

成功地与客户交谈是销售成功的第一步。客户以繁忙为借口，拒绝进一步交流，我们要努力争取让客户接纳自己。

### 推销员的销售意识与行为准备

面对陌生人的殷切问询，人们会以防备和拒绝的姿态来应对。无论“忙”的说辞是否成立，推销员都要以真诚的态度消除客户的疑虑。

(1) 分析客户的“很忙”是否真实。客户无暇顾及其他，推销员就等客户忙完之后再说明来意；客户借故推托，推销员就要另想其他的方法。

(2) 不要拆穿客户的谎言。为客户留足面子，依照他们的说辞，将“忙”作为话题切入点，深入交谈，进一步缩短彼此的距离。

(3) 待客户忙完之后再接近。推销员要真心实意地为客户着想，客户手头有紧急的事务需要处理，保险的事宜延后再说。

初次拜访客户的时候，客户会找出各种各样的理由拒绝与陌生人交谈，

推销员不要被眼前小小的困难打败，要知道，保险对客户是有益的，我们要坚定为客户服务的信念。

## 保险销售话术模板

### 保险销售话术模板1>>

（客户确实很忙）真是对不起，是我太大意了，您先忙！

配套行为：语速稍快，面带愧疚之色，俯身表达歉意，无声地移到旁边区域。

话术点评：话语要精简。简单而真诚地向客户致歉，不要再给客户造成其他的困扰，为客户留出处理事情的空间和时间。

### 保险销售话术模板2>>

（客户只是在借故推脱）我理解您的心情，快节奏的生活让人无暇顾及其他，有一种保障能够解决后顾之忧之忧，我可以耽误您五分钟的时间与您交流一下吗？

配套行为：微笑点头致意，表达认同，自然地看向佩戴的手表，展示自身的时间观念，略带恳求地等待客户的回答。

话术点评：暗示客户接下来的交流和繁忙的状态没有冲突，我们在为客户提供忙碌生活的保障和便利，这样更契合了“忙”的说辞。

### 保险销售话术模板3>>

（客户确实在忙，但并非要紧之事）我理解您的感受，只需要五分钟的时间，请您给我一次与您交流的机会好吗？

配套行为：微笑颌首，以示尊敬，自信地表明自己的意图。

话术点评：恳求客户抽出些许时间，将交流的时间长短固定住，用简明

而真诚的话语打动顾客。

#### 话术全景展开参考模板 >>

客户：“没看见我正忙着吗？没空听你说下去！”

推销员：“真是对不起，是我太大意了，您先忙！”

仔细观察，待客户忙完之后再说话。

推销员：“快节奏的工作确实让人无暇顾及及其他，要是能够全身心地投入到事业中，工作效率就会显著地提高。”

客户不为所动。

推销员：“有一种保障能够解决后顾之忧，让您能够全神贯注地工作，我可以耽误您五分钟的时间与您交流一下吗？”

客户：“说来听听！”

以此为契机，与客户进行深入的交流。

### 常见错误销售行为规避

#### 01 / 一言不发，转身离开。

遭遇拒绝之后选择离去，这样等同于主动放弃潜在的客户源，自动缩减客户基数，也就减少了交易成功的概率。

#### 02 / 不会浪费您太多的时间，听我说好吗？

推销员直接表明在浪费客户的时间，客户自然不愿再听下去，要知道，客户的时间是宝贵的，推销保险并没有浪费他们的时间，我们在为客户提供服务和帮助。

#### 03 / 打扰了，我下次再来。

过于识趣和通情达理的推销员并不会赢得客户的好感，再次拜访的时候，客户可能早已没有任何印象，面对陌生人，他们还是会心存戒备，推销员又要从头做沟通工作。

## 销售场景 02

### 买保险，免谈

#### 客户心理活动

- (1) 不要和我谈保险，我是不会买的。
- (2) 我曾经在保险上面栽过跟头，现在一听就很反感。
- (3) 卖保险的人天天上门推销，真是烦人！
- (4) 辛苦挣来的钱，我才不会交给保险公司。
- (5) 天天喊着让人买保险，我们都变得麻木了。

#### 推销员的销售目标

请求客户提供一次交谈的机会，作为销售的开端。客户的言谈中饱含强烈的对抗情绪，推销员需要重视起来。

#### 推销员的销售意识与行为准备

推销员表明来意后，很多客户的第一反应是拒绝，对保险说“不”。究其原因，客户遇到或亲身验证了保险的反面事例，推销员要试着去解读客户行为背后的心理。

(1) **停止向客户推销保险。**客户的态度表明他们对保险有着强烈的抗拒心理，先处理心情，再处理事情，缓解客户的负面情绪是当务之急。

(2) **询问客户拒绝的原因。**主动提出疑问，倾听客户讲述，延长沟通的时间，根据客户反映的情况做出针对性的解答。

(3) **纠正客户的观念。**推销员不仅在卖保险，还有向客户宣传保险知识的义务，切勿强求达成交易，推销员可借此机会逐渐消除客户对保险的负面印象。



客户展现出拒绝交谈的态度，是因为他们并不了解保险的详细情况，推销员的工作还未做到位。

## 保险销售话术模板

### 保险销售话术模板1>>

先生，我理解您的心情，以前遇到推销保险的，我都会绕道走开，可自从经历了一些事情后，我逐渐地改变了观念，请允许我说一些肺腑之言，好吗？

配套行为：面带微笑，真挚地注视客户，躬身征求客户的意见。

话术点评：不要大惊小怪，客户的拒绝是常态。以淡定、从容的姿态面对客户，平缓地阐述自己的理由。

### 保险销售话术模板2>>

真是不好意思，请原谅我的冒昧，您不喜欢的的原因是什么呢？

配套行为：神态要自然，表情放松，微笑注视客户，等待回答。

话术点评：直接询问客户拒绝的原因，选择恰当的言辞，礼貌地征求客户的意见。

### 保险销售话术模板3>>

先生，您这样说可真是让我很迷惑呢！今天相见说明彼此有缘，您大可不必非得买保险，您只是为我解答一下这个疑惑好吗？

配套行为：做不懂状，语气真切，让客户感受到我们的真诚。

话术点评：缓和对立的气氛，引导客户让其心情变轻松，客户主动放下