

保险营销实务系列教材

保险营销实务技能训练

BAOXIANYINGXIAOSHIWUJINENGXUNLIAN

周 灿 常 伟 主编
朱甘宁 肖举萍 主审



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

保险营销实务系列教材

保险营销实务技能训练

BAOXIANYINGXIAOSHIWUJINENGXUNLIAN

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

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

保险营销实务技能训练 / 周灿主编. —北京：电子工业出版社，2011.5
保险营销实务系列教材
ISBN 978-7-121-13121-9

I. ①保… II. ①周… III. ①保险业—市场营销学—高等学校—教学参考资料 IV. ①F840.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2011）第 045013 号

策划编辑：晋 晶

责任编辑：晋 晶

印 刷：北京市顺义兴华印刷厂

装 订：三河市双峰印刷装订有限公司

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：787×980 1/16 印张：13.25 字数：240 千字

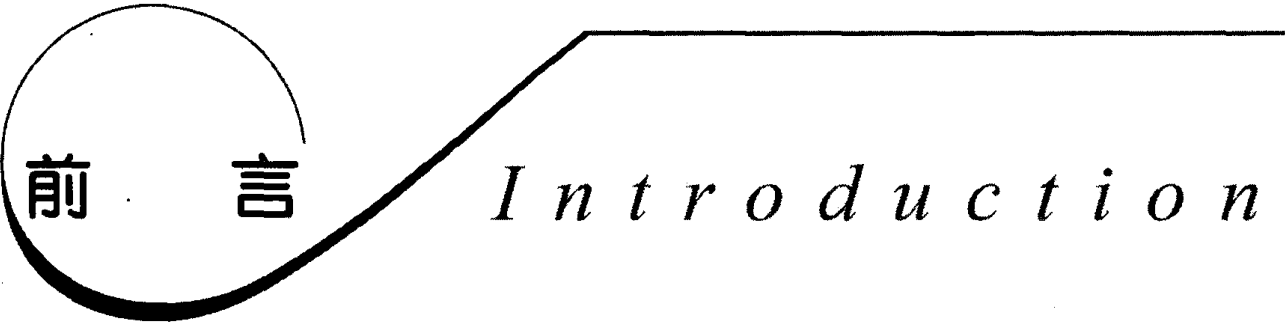
印 次：2011 年 5 月第 1 次印刷

定 价：26.00 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 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

The graphic element consists of a circle on the left side, with a line extending from its right edge, curving upwards and then continuing horizontally to the right. The Chinese characters '前言' are placed within the circle.

前言

Introduction

随着我国社会经济水平普遍提高、城市化进程加快及人口老龄化、家庭小型化的快速发展,人们对保险的需求越来越大。与之相适应,许多高等院校都开设了相关的专业及课程,各大保险公司、中介机构、咨询公司及相关培训机构也开设了保险营销与技能培训课程,教材和培训资料也很多,但相关的实训或技能培训配套教材却很少,致使许多高等院校(尤其是高职院校)和保险公司、培训机构在教授和培训保险营销类课程时找不到实用的指导手册或操作演练工具。

基于此,我们谨慎选取了既具有丰富的高等教学与成人培训经验,又在保险公司一线进行过较长时间挂职锻炼的优秀教师,组成精干的编写团队,以金融保险行业的相关岗位职责和任务要求为基准,参照国内目前已出版的相关保险营销类精品教材与相关培训资料,编写了本书。全书有两大特色。

1. 扎实的编写基础

本书作者均为保险职业学院的一线教师。保险职业学院早在2002年就开设了营销与策划(保险)专业,并于2007年入围湖南省职业教育“十一五”省级重点建设项目,2009年顺利通过省级精品专业检查验收,并在2009年年底的省级专业建设评估中被评为优秀等级。作为保险职业学院的“龙头”精品专业建设项目,营销与策划(保险)专业在多年教学实践的经验上,进行了一系列的教研教改和教学创新,通过加大投入基础项目建设力度、积极推动师资队伍结构优化、加强学生职业技能培养力度、进一步推进产学研结合等措施,真正实现了理论与实务紧密结合、毕业生实现“零距离”上岗的人才培养目标,为我国保险行业培养和输送了大量高素质、高技能的保险营销与策划类专业人才,并培养了一支具

备较强实力的保险营销师资团队,该团队于2008年被评为湖南省高等职业教育省级教学团队(湘教通[2008]243号)。该专业的教学改革实践成果曾荣获湖南省高等教育省级教学成果三等奖(湘教通[2009]151号),并拥有湖南省职业教育“十一五”省级重点实习实训基地——保险实务实习实训基地(2007年)。上述扎实的编写基础确保了本书优秀的编写水平。

2. 创新的编写思路

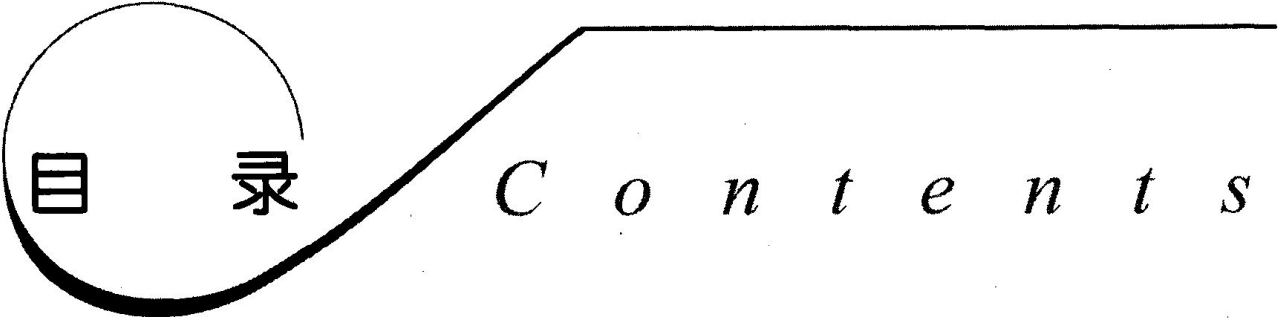
- 充分体现任务驱动式教学与培训模式:采用项目式、模块化的训练课程设计,突出实际操作,强化动手能力,融知识性与趣味性于一体,真正做到做中学、学中做。
- 突出实务性:与保险行业实际紧密结合,以现实案例作为模板,以公司单证及管理为工具,突出实际应用,具备现实应用价值。
- 体系完善,兼顾各方:所选用模块有的放矢、重点突出,可以整体采用,进行系统学习和训练;也可选取其中数个训练项目进行实际操作,灵活性强,可满足不同读者的需要。

本书由周灿、常伟主编,张环宇、谢汀芬、左小川副主编,其他参加编写的老师有胡光林、李立、王君、薛恒、谢隽、李玉菲、黄新爱、肖力、刘芳。具体分工为:训练项目1、13由胡光林编写,训练项目2由李立编写,训练项目3由张环宇编写,训练项目4由王君、薛恒、谢隽编写,训练项目5由李玉菲、薛恒、谢隽编写,训练项目6由常伟、张环宇编写,训练项目7、9、10由黄新爱编写,训练项目8由左小川、肖力编写,训练项目10由常伟编写,训练项目11由周灿编写,训练项目12由谢汀芬编写,训练项目14由刘芳编写。全书由周灿、常伟组织编写并统稿,并由朱甘宁、肖举萍主审。在本书编写过程中,保险职业学院的朱甘宁党委书记、丁孜山教授、肖举萍教授、夏雪芬教授、贺丰教授和中国人寿保险(集团)公司株洲公司付晓琴总经理等为本书的编写思路 and 材料组织提供了宝贵的资料和建议。全书参考了大量国内相关著作等资料,在此一并表示衷心感谢!

本书既可作为普通院校保险类、营销类专业的实训教材,又可作为各大保险公司、中介公司、金融机构、咨询公司、培训机构等的保险类、营销类岗位的培训手册。

由于时间仓促,作者水平有限,书中错误与疏漏之处在所难免,恳请各位专家与读者批评指正。

编者



目 录

C o n t e n t s

训练项目 1 布置职场

1

训练项目 2 识别风险

9

任务 1 个人与家庭风险识别9

任务 2 企业风险识别13

训练项目 3 分析保险产品

18

训练项目 4 掌握承保业务流程

26

任务 1 企业财产保险的承保与核保26

任务 2 机动车辆保险的承保与核保36

任务 3 人身保险的承保与核保42

训练项目 5 掌握理赔业务流程

53

任务 1 企业财产保险的理赔介绍53

任务 2 机动车辆保险的理赔介绍59

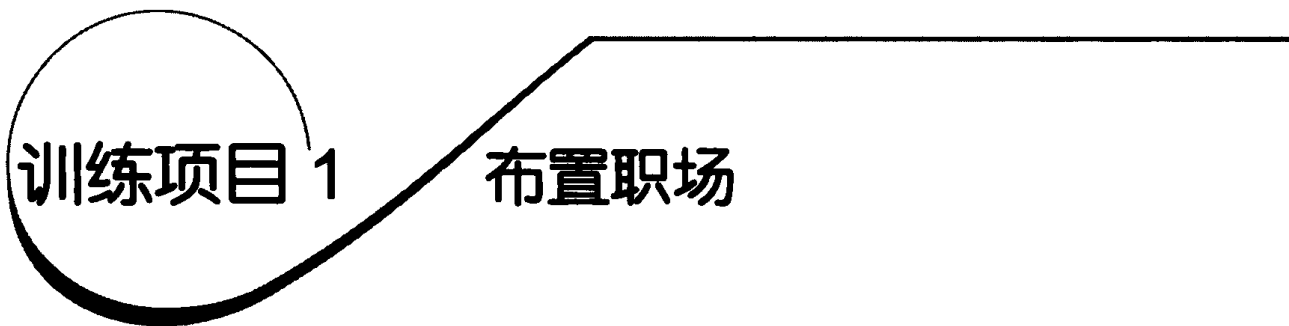
任务 3 人身保险的理赔介绍64

训练项目 6 掌握保险专业推销技能

75

任务 1 准客户开发75

任务 2 客户需求分析	81
任务 3 保险计划书的设计与制作	85
任务 4 约访客户	92
任务 5 销售面谈	97
任务 6 保险销售促成和转介绍	106
训练项目 7 进行业务策划与推动	110
训练项目 8 会议经营	117
任务 1 保险公司晨会	117
任务 2 保险公司产品说明会	123
任务 3 保险公司创业说明会	134
训练项目 9 保险业务员基本管理办法	146
训练项目 10 发展辅导保险营销团队	153
训练项目 11 KPI 指标的分析与应用	160
训练项目 12 开发与实施培训项目	166
任务 1 培训课程需求分析	166
任务 2 制定培训课程	171
任务 3 培训课程的实施	177
任务 4 培训效果评估	184
训练项目 13 掌握课堂授课技巧	190
训练项目 14 用 PowerPoint 软件设计讲师课件	199
参考文献	204



训练项目 1 布置职场

【训练目标】

- ◎ 了解职场布置实施方案的制作步骤。
- ◎ 掌握职场的布置方法。
- ◎ 学会职场的设计与布置。

【训练器具及材料】

多媒体教学设备、PPT 课件、职场布置样本、实训报告

【训练方式】

教师讲授、课堂分组练习

【训练课时】

4 课时（教师讲授 1 课时；职场布置方案设计、布置效果图汇报及填写实训报告 3 课时）

【训练步骤】

步骤1 教师讲授

1. 寿险营销职场的作用

人寿保险（以下简称寿险）营销职场的作用主要有：发布行业信息和重要资讯；学习培训，传授专业知识和技能；报告业绩，交流经验；沟通感情，分享喜悦；调整心态，充电加油；坚定信心，增加勇气。

2. 理想职场的作用

- ① 能让营销人员感受到家一般的温暖。
- ② 能让营销人员的精神受到鼓舞和激励。
- ③ 能使营销人员的心态受到安抚和调整。
- ④ 能激发营销人员对寿险事业的坚定信念。
- ⑤ 能使营销人员获取重要资讯和展业技巧。
- ⑥ 能增强营销人员对公司的忠诚度和集体荣誉感。
- ⑦ 能激发营销人员的使命感和成就感。

3. 布置职场的要素

（1）公司标志

公司标志是公司视觉识别系统中的核心部分，是一种系统化的形象归纳和形象的符号化提炼，最后创造出高度简洁的图形符号。公司标志既要能展示公司的经营理念，又要能在实际应用中方便使用。

（2）经营理念

任何一家寿险公司都有自己的经营理念，在公司的办公场所张挂公司的经营理念是非常必要的，其作用就是使之深入人心。国际著名零售企业沃尔玛集团的每家超市里，在最显著的位置都有这样3句话：

顾客永远是对的。

顾客永远是对的。

如有异议请参照前两条。

这就是沃尔玛集团的成功之处，其经营理念不仅被员工而且被广大顾客所熟知，形成了非常独特的企业文化，从而为之带来了异常可观的利润，这是一个在办公场所彰显经营理念而获得成功的经典范例，其非凡的创意值得借鉴。

（3）激励的标语和口号

在职场中，标语和口号分为几种。一种是将一定阶段内的工作内容以简洁生动的文字和鲜艳大气的书写方式呈现出来，或者在特定环境下创造一种氛围的必要手段。例如，在年底业绩冲刺阶段，可以打出“是英雄、是好汉，年终冲刺比比看！”或类似内容的标语，重点强调的是“比比看”，从而使大家行动起来。

第二种是逢年过节的问候标语。中国人非常看重节日的问候，工作伙伴们在辛苦劳作之余，如果看到热情的节日问候，不仅对心态调整非常有利，而且在潜意识里会有一种冲动，足以起到激励的作用。

另外还有一种标语和口号，其表现形式通常如下所示。

① 在业绩排行榜上张贴：

- 下定决心，不怕牺牲，排除万难，去争取胜利！
- 世上无难事，只要肯攀登。
- 雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。

② 在“明星业务员”专栏中写上：

- 待到山花烂漫时，她在丛中笑！
- 谁敢横刀立马，唯我×大将军。

③ 改写是最好的发挥，如把《七律·长征》改写如下。

展业不怕远征难，大街小巷只等闲。
沙尘风暴腾细浪，大雨滂沱走泥丸。
艳阳高照须挥汗，三九严冬彻骨寒。
更喜伙伴传捷报，签单增员尽开颜。

（4）业绩表或排行榜

“榜样的力量是无穷的。”对于每月业绩或增员突出的员工，应张榜予以表彰和鼓励，榜名可以叫“本月高手榜”或“增员能手榜”等，将上榜员工的照片、小传、本月业绩或增员数量呈现在榜上，让业务伙伴以他们为榜样，同时这些绩优人员也因被肯定和重视而

受到激励，最终使全公司员工都为赢得这种荣誉而努力工作。

(5) 资讯栏

资讯是很简便、快捷的传递信息的有效方法，而且其涵盖的内容也是包罗万象。如果是公司简介，内容就相对比较固定，具有长期性，这就可以由公司宣传部门统一规范，定稿后统一制作，以此体现一家大公司的标准化和正规化。如果是时效性很强的阶段奖励措施、大单喜报、单日明星榜等，制作就很灵活，可以用简单的彩色招贴纸张贴在资讯栏里。在业务团队中搞一对一的挑战是推动业务的必要手段，所以此类资讯可以围绕主题大做文章，如用醒目的颜色或用箭头、柱状图等最直观的方式来突出挑战双方的业绩数字，时刻提醒业务伙伴奋勇争先，因此在此类资讯的内容更新上一定注意快和新，使用的色彩要明快、热烈。

(6) 学习、生活园地

设置学习和生活园地的目的是为了帮助业务伙伴学习专业理论知识，提高展业技能，以及为业务伙伴提供相互交流学习的平台。该栏的内容主要有保险基础知识、保险条款的解读、保险理赔流程知识、业务流程及业务伙伴学习和展业心得等。这部分内容要根据不同的业务阶段进行更新。

4. 职场布置技巧

- ① 空间的运用：主题突出、疏密有致、视线集中、留有余地。
- ② 格调的确定：庄重而不压抑、严肃而不低沉、活泼而不凌乱。
- ③ 色彩的运用：协调统一、鲜亮明快、反差适度、富有感情。

5. 职场布置指导原则

- ① 永远和公司的阶段工作主题相吻合。
- ② 突出企业文化。
- ③ 营造业务气氛。
- ④ 有创意、有新意。
- ⑤ 及时、到位、常换常新。

6. 效果的评估与修改

聘请相关人员（如公司经理、营销主管、讲师组训及部分销售精英）结合当前销售活动方案对做出的职场布置方案进行评估，并做相应的修改。

7. 职场布置的预算与实施

根据最终确定的方案列出所需的物料清单及价格,需要外包加工的物料,如标语、喷绘等,还应单列一张清单,汇总后上报审批。所需材料齐备后,开始按照方案进行职场布置。

步骤2 课堂分组练习

- ① 全班分组,每5人一组。
- ② 各小组分别做出职场布置的实施方案及效果图。
- ③ 各小组安排1人向全班汇报。
- ④ 每位同学根据自己的学习情况填写实训报告。

【训练考核】

- ◎ 职场布置方案的设计质量 45%
- ◎ 布置的效果 20%
- ◎ 小组工作总结 15%
- ◎ 个人实训报告 20%

【参考资料1】

2011年“开门红”营销一部职场布置

刚刚进入“开门红”备战的冲刺阶段,营销一部开始了紧锣密鼓的职场布置,本次职场布置围绕职场的两大经营目标——“开门红领跑全国,金虎年扬威九洲”,提出了“虎霸天下、龙腾中华”的强势口号,营造一种温馨和谐的“家”的氛围,让大家感受到火热的销售氛围。职场处处张灯结彩,喜气洋洋,一派热闹的景象!请看各部门和区域提出的口号。

- (1) 外围布置:树××雄风、展一部品牌!
- (2) 楼梯口:励志照亮人生、全家总动员!
- (3) 开门红图片展示效果:视觉冲击、火爆开门!
- (4) ××产品氛围炒作:喜气洋洋、喜事连连!
- (5) “喜文化”的渲染:双喜临门、喜传天下!
- (6) 龙虎职场:虎霸天下、龙腾中华!

(7) 主管、精英、内勤监督台：标准建设、后勤保障！

(8) 职场内外场面：花团锦簇、庄严浓重！

战斗的号角已经吹响，营销一部的业务伙伴们已经做好准备，迎接 2011 年的开门红！

【参考资料 2】

某保险公司 2011 年兔年“开门红”营销部职场布置标语口号

1. 办公室门两侧

一等二靠三落空，一想二干三成功。

虎去雄风惊五岳，兔开健步跃三江。

2. 办公室内墙上对联

咬定青山不放松，誓夺兔年开门红！ 兔年大吉 富贵临门

3. 办公室西侧墙上（从左至右）

各部 2011 年目 标计划	××部 2011 年目 标规划	2011 年全年目标____ 万元；增员____人	首季度目标____万元
.....			1 月____万元； 新增____人
			2 月____万元； 新增____人
			3 月____万元； 新增____人

4. 开门红精神——“五不精神”

一、我绝不说：“我不能”

二、我绝不说：“我试试看”

三、我绝不说：“我不干”

四、我绝不找理由

五、我绝不放弃

5. 开门红精神——“六做到”

一、要不贪睡，早起床

二、要做到没结果不回家

三、要敢想、敢拼、敢做

四、要计划行动、减少失误

五、要快行动、快拜访、快送件

六、要挑战获取胜利

6. 每张桌上贴标语（标语选材如下）

人多力量大，心齐定天下

做期交，增好员，“××××”争英雄

一等二靠三落空，一想二干三成功

谁英雄，谁好汉，“××××”比比看

挑战就是机会，突破就是成长

成功看得见，行动是关键

憋足一口气，拧成一股绳，共圆一个梦

众人拾柴火焰高，众手划桨开大船

快马加鞭抓增员，齐心协力促发展

奇迹靠人创造，机遇靠人争取

说到不如做到，要做就做最好

没有比脚更长的路，没有比人更高的山

实实在在增人才，扎扎实实建组织

你增我增大家增，团队发展舞春风

停止增员，等于停止生机

“××××”战鼓擂，寿险精英显神威

业绩哪得高如许，唯有新人如潮来

你增员我增员，人人增员天地宽

“××××”齐增员，组织拓展永向前

不怕增员难，就怕不增员

增员增业绩，增员增效益

增员增力量，增员增活力

今日不为增员作努力，明日必为业绩掉眼泪

组织业绩好，增员不可少

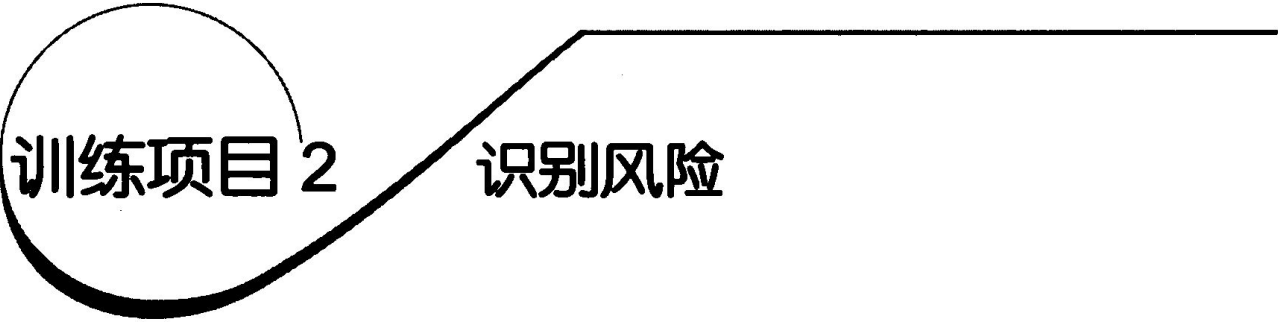
人心齐，泰山移；多增员，多举绩
 观念一变天地宽，坚定信心开新篇
 人人都增员，渠道窄变宽
 有员才有援，有为才有位
 增员、增贤、增人气，经营、发展、促业绩
 他增我，我增你，寿险精英齐努力
 树大枝繁叶茂，人多气足财旺
 一人身单力薄，众人拾柴火旺
 组织架构落实好，增员举绩不得了
 知难而进，重铸辉煌
 我成长，我晋升，我是亲人的骄傲

7. 办公室东侧墙上（从左至右）

公司新增员方案	业务成功贺报
.....	

8. 办公室后墙标语

增组、增部、增组织；新人、新单、新业绩
 出门三件事：拜访、签单和增员



训练项目 2

识别风险

任务 1 个人与家庭风险识别

【训练目标】

- ◎ 了解个人与家庭的风险点。
- ◎ 掌握个人与家庭风险的识别方法。

【训练器具及材料】

多媒体教学设备、PPT 课件、风险情况调查表、实训报告

【训练方式】

教师讲授、课堂分组练习

【训练课时】

2 课时（教师讲授 1 课时；风险识别及填写实训报告 1 课时）

【训练步骤】

步骤 1 教师讲授

1. 财产损失风险

个人与家庭的财产面临着各种自然灾害与意外事故的威胁,如地震、洪水等灾害可能会造成住房损毁,火灾可能会毁坏室内财产,私人财物还可能面临被盗等风险。

2. 民事责任风险

民事责任是个人与家庭面临的又一现实风险,其主要来源有以下 3 个。

① 家庭成员的个人侵权行为会导致受害人的索赔。

② 家庭的静物责任,这是指家庭成员因其所有的或管理的静物发生意外而导致他人财产损失或人身伤亡依法应负的赔偿责任。

③ 动物责任,这是指家庭成员因饲养的动物伤害他人财物或人身而依法应负的法律赔偿责任。

3. 人身风险

家庭中的人身风险是指各种灾害事故可能造成家庭成员意外伤亡的风险,其主要来源有 3 个。

① 室内风险,即出现在住宅内的灾害事故。

② 室外风险,此类风险往往是家庭成员无法控制的。

③ 工作风险,这是指家庭成员在工作中遇到的风险。

4. 其他风险

除以上风险外,个人与家庭客观上还面临着诸如信用风险等其他风险。

步骤 2 课堂分组练习

① 全班分组,每 5 人一组,以个人与家庭面临的财产风险为例,从以购买保险的方式转移个人与家庭财产风险的角度来分析个人与家庭财产中存在着哪些风险。

② 分组讨论下面的案例,分析个人与家庭在日常生活中将面临哪些信用风险。

2010 年 3 月,客户王先生向长沙某银行分行申请一笔 4 万元的车辆贷款。该银行通过查询个人征信系统发现王先生近几年内有一笔住房按揭贷款连续 3 期逾期还款,于是决定