

美国寿险教材精华 1

寿险营销

编著：雅登

由台湾雅登
出版社授权



人寿保险的锦囊妙计

A POCKETFUL OF LISTS

暨南大学出版社

·美国寿险教材精华 1·

寿险营销

编著：雅登

广东农工商职业技术学院
图书专用章



00320040

暨南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

寿险营销/雅登编著. —广州:
暨南大学出版社, 2000. 9
(美国寿险教材精华)
ISBN7-81029-817-8

I. 美… II ①雅… ②李… ③雅… ④郭…

III 人寿保险—销售管理—经验—美国 IV F847.126.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 25933 号

暨南大学出版社出版发行

深圳市鹰达印刷包装有限公司印刷

开本: 850×1168 1/32 印张: 6.5 字数: 140 千

2000 年 9 月第 1 版 2000 年 9 月第 1 次印刷

印数: 1—3000 册

一套三册总定价: 108.00 元

本书由台湾雅登出版社授权暨南大学出版社独家在大陆出版发行

版权所有 翻印必究

关于本书

- 这是一本汇集人寿保险业各种不同来源的计策而成的著作。
- 每一份计策表都是为了帮助你处理某个特定问题。
- 本书所采用的计策表版式,用最精简方式为你提供了大量资讯,并且使你能够针对自己的特殊需要,阐述并巧妙运用这些资料。
- 书中的计策表,并未完整地列出有关任何论题的一切资讯,所以不应该将它们当作周详细密的方法来运用。这些计策表只是可供你遵循的指南,而且是你可以根据需要增添、删减以及作其他任何变动的指南。
- 本书所列的计策,都是首次以这种编排方式发行问世者。

本书适用于：

- 当你需要有关某一个特定问题的新资讯、补充的资讯、不同的资讯或方法时。
- 当你为自我改进活动寻求方针时。
- 当你正在组织一套训练方案时。
- 当你刚成为一名人寿保险业务员时。
- 当你承担新的管理职务时。
- 当你需要资料供演讲、推销说明、会议等使用时。
- 当你需要评估工作表现时。
- 当你需要重新唤起记忆时。
- 当你需要可以公布的快报事项、营业单位的公告讯息以及会议现场传单资料时。
- 当你有一段闲暇时刻,不想白白浪费时。
- 当你需要一份制作好的投影片时。

出版前记

为什么陆陆续续有寿险专业推销书籍问世,原因有:

- 继前面好几本书籍出版后,接到许多读者信件及电话,知道有许多人运用书中的理念以后,推销技巧大为进步。
- 知道有人在读这些有关寿险专业书籍、运用其中的理念,工作态度趋向积极进取,士气大为振奋,这不能不说是一件好事。
- 多年以来,饱受挫折的业务人员,遵循书中所衍生出的新概念,激发业务主管的意念,鼓励他们的热忱,从而带动更高的生产量。
- 只有书籍才能将前人所遗留下来的智慧经验流传下来,期望能将这些资料传宗接代,达到承先启后,继往开来的目的,让那些永远没有机会碰头的人,作为我们彼此沟通的桥梁。

最后,仍然要感激各位读者的支持与厚爱,让这些保险专业推销书籍能持续不断涌入市场,使我们从业人员,能够参考国内外优秀人员的经验,减少我们后进盲目摸索的时间与精力,同时为了我们寿险从业人员的社会地位与形象而努力,以期达到安居乐业、进步社会。

保险资料图书馆

现在人寿保险业有个良好的私人图书馆是十分重要的。那些尚未拥有的将会发现自己碰到严重挫折时束手无策。本公司所列的专业寿险丛书,事实上,并非一笔开销而是一种投资,它可以帮助业务员与管理人员,付出微小的代价得到最大的收获,同时书本可让我们从狭窄的现况中感受到无止境的未来,那些书籍道出前人所犯的错误,并让我们分享成功的经验,如果书籍不能帮上我们的忙,那已经没有任何东西可以帮我们的忙了;这也就是好领导人都是好读者的原因。

另外还有记录、录音带、录像带也是教育培训可利用的活泼媒体,它们具备独特的沟通优点,而且对寿险从业人员具有持久的价值。

同时也让我们能以生动而有效的方式来传授广泛主题的知识,在教育培训计划中,我们将不断地提供合时宜而且有用的资料来提高业务人员的素质、形象及社会地位。

目 录

关于本书

本书适用于……

出版前记

保险资料图书馆

第一章 胜人一筹的推销核心 / 1

第一部分 如何成功推销 / 3

推销成功的6“P” / 3

推销十减 / 4

推销十窍 / 5

推销态度的关键因素 / 5

具有品质意识的推销员应有的条件 / 6

具有品质意识的推销方式所获得的报酬 / 7

业务员自我评估表 / 7

克服推销工作的低潮 / 9

检查推销的工作习惯 / 9

维持高继续率的行动纲领 / 10

第二部分 如何成为成功业务员 / 11

为什么业务员非常重要 / 11

失败业务员的自我剖析 / 12

“完美”的业务员 / 12

一个组织严谨的业务员每日工作的时间表 / 14

为什么有些业务员成功 / 15

第三部分 寿险业务员成功技巧 / 15

推销人寿保险的八项职责 / 15

企业主对人寿保险的十四项需要 / 16

拜访保户的三十二个理由 / 17

长期寿险的二十一项优点 / 18

创造良好的第一印象 / 20

如何增加白天销售业绩 / 22

缩减费用的方法 / 23

准客户的来源 / 24

结识准客户的特殊方法 / 25

无法面对准客户时 / 26

将人寿保险做为“遗嘱” / 27

为什么年过四旬的人应该购买人寿保险 / 28

第二章 如何将准客户变成保户 / 29

与准客户的面谈预作准备 / 31

取得有关准客户的资料 / 31

了解准客户的潜在欲望	/ 32
准客户评估业务员的方式	/ 33
你能够克服这些拒绝的理由吗	/ 34
拒绝处理	/ 35
克服准客户的借故拖延	/ 37
一针见血的话术	/ 38
建立信任与友善关系	/ 46
推销时的情感诉求	/ 47
促成签约的处理方式	/ 47
提高业绩的三十二种方法	/ 50

第三章 业务员成功大纲 / 55

第一部分 塑造良好的形象 / 57

身体语言	/ 57
学习倾听	/ 58
写信的秘诀	/ 59
人际关系	/ 59
为人成功的原则	/ 61
电话成本的效益	/ 61
打电话的秘诀	/ 62

第二部分 如何调整心态 / 63

处理压力的方法	/ 63
---------	------

处理你的不当决策 / 65

时时受到激励 / 65

第三部分 自我管理 / 66

具有创造力的解决问题方式 / 66

DOVE 的计划程序 / 68

人寿保险业的奖赏与荣誉 / 68

如何记忆 / 70

牢记资料的方法 / 70

维持注意力 / 72

成功的公式 / 72

有关计划的箴言 / 73

解决你的拖延问题 / 73

学习的一些原则 / 75

汤玛斯·杰佛逊的戒律 / 76

使用黑板 / 77

每一名成功业务员的手提箱所需要的东西 / 77

每一名成功业务员的办公桌所需要的东西 / 78

保户服务之所以重要的二十七个理由 / 79

第四章 自我训练 / 83

业务员常见的学习障碍 / 85

共同展业的综合分析表 / 86

培养人际关系的技巧 / 90

业务员是否准备就绪,随时可以进行共同展业? / 91

PESOS——训练成功的五个步骤 / 92

共同展业的简易分析表 / 92

组训人员陪同展业的自我分析指南 / 93

第五章 增员与管理 / 95

第一部分 增员管理 / 97

增员的规则 / 97

如何寻找优秀准业务员 / 98

“甄选——回绝”程序的步骤 / 99

你所雇用的应征者应该具备的条件 / 100

甄选面谈的技巧 / 100

你应该成为一名人寿保险业务员吗 / 102

如何评估新进业务员 / 103

淘汰不适合招募人选的便捷方法 / 105

招募教师的理由 / 105

业务员招募业务员——辐射作用 / 106

训练的技巧 / 107

第二部分 如何成为成功的部门主管 / 108

优秀主管与拙劣主管的区别 / 108

“老板”的十项守则 / 109

如何激励士气 / 110

处理不平之鸣 / 112

你是否善尽监督职责 / 113

业务员希望管理人员具备的特质与才干 / 113

省时妙计 / 114

第三部分 业务管理 / 115

改进业务员工作表现的计划 / 115

规划一本操作手册 / 115

员工关切事项排行榜 / 118

秘书的职责 / 119

激励你的秘书 / 121

赠送礼品的策略 / 122

个案预演 / 123

第四部分 营业部门管理 / 123

营业单位公报的核对清单 / 123

改进营业单位继续率的二十三种方法 / 124

你的营业单位营运是否日益精进 / 126

成功的营业单位会议 / 127

公共关系计划 / 128

附录一 / 131

人寿保险的基本事实 / 133

购买人寿保险的基本动机 / 134

时间管理 / 134

人们为何购买人寿保险 / 136

公开演讲 / 138

称职的会议主持人具备的条件 / 139

附录二：早会投影片 / 141

第一章

胜人一筹的推销核心

第一部分 如何成功推销

第二部分 如何成为成功业务员

第三部分 寿险业务员成功技巧

第一章 胜人一筹的推销核心

第一部分 如何成功推销

推销成功的 6“P” (投影片详见第 143 页)

1. **准客户开拓**(Prospecting)——拥有一份时时更新变动的准客户名单。认识名单上所列人士,并且知道他们的需求。根据其需求点研拟接近方法。
2. **商品**(Products)——彻底了解商品性质,阅读并研究有关人寿保险的一切事项。拟定一套发展计划,使计划成为日常时间表的一部分。有关加入“寿险业务员训练协会”及“公认寿险师”协会。订阅有关商业的杂志,了解目前商业状况,掌握推销时机。
3. **说明**(Presentation)——拥有结构严谨、标准化的销售说明程序,来满足准客户的个别需要。表现热诚以维系准客户对人寿保险的兴趣。
4. **坚持到底**(Persistency)——推销过程中应预料到会有反对问题发生,事先应预作准备,通过熟练的应对技巧予以克服。让准客户觉得是在帮助他,而不是和他辩论。
5. **个性**(Personality)——记住,跟准客户面谈的前 30 秒钟至