

技巧比努力更有效，让你信心倍增的保险销售关键战术

保险销售 超级口才训练 与实战技巧

汇智书源◎编著



错误应对+深度情景解析+实战强化训练+销售技巧点拨
保险这样卖就能成交，掌握让客户快速签单的100个技巧
100%成交的经验分享，让你成功进阶销售高手的指导手册

INSURANCE SALES

SUPER ELOQUENCE TRAINING AND PRACTICAL SKILLS

中国铁道出版社

CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

保险销售

超级口才训练与实战技巧

(情景案例版)

汇智书源 编著

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

成为保险销售人员很容易，但要成为顶尖的保险销售精英绝非易事。在竞争激烈、变化莫测的保险行业中，要想脱颖而出，就需要进行销售技能训练，掌握应对各种销售问题的方法与技巧，全方位提升保险销售业务素质。

本书立足于保险销售实践，通过 100 个真实情景案例，用“错误应对+深度情景解析+实战强化训练+金牌技巧点拨”的形式，形象、生动地介绍了保险销售的各种必备沟通技能，帮助保险销售人员快速提升销售口才，将生硬的保险销售化作充满温暖的人际互动，大幅提高销售业绩。

本书适用于保险销售一线人员，也可作为保险销售口才培训的案例教材，还可作为保险公司营业主任、客户部门负责人指导下属的参考用书。

图书在版编目（C I P）数据

保险销售超级口才训练与实战技巧：情景案例版/
汇智书源编著. —北京：中国铁道出版社，2018.5
ISBN 978-7-113-24142-1

I. ①保… II. ①汇… 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(2017)第 314434 号

书 名：保险销售超级口才训练与实战技巧（情景案例版）
作 者：汇智书源 编著

策 划：巨 凤

责任编辑：苏 茜

责任印制：赵星辰

读者热线电话：010-63560056

编辑助理：张海阔

封面设计：仙 境

出版发行：中国铁道出版社（100054，北京市西城区右安门西街 8 号）

印 刷：三河市兴达印务有限公司

版 次：2018 年 5 月第 1 版 2018 年 5 月第 1 次印刷

开 本：700mm×1000mm 1/16 印张：15.5 字数：283 千

书 号：ISBN 978-7-113-24142-1

定 价：45.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书，如有印制质量问题，请与本社读者服务部联系调换。电话：(010) 51873174

打击盗版举报电话：(010) 51873659

前言

PREFACE

作为保险销售人员，你是不是经常面对这样的问题：

- 客户一听推销保险，立马就挂电话，怎么办？
- 一本正经地与客户沟通，客户却没兴趣，怎么办？
- 做保险计划询问客户隐私，客户突然不高兴了，怎么办？
- 客户说自己资金紧张，根本没钱买保险，怎么办？
- 客户说要回去和家人商量一下，却再无下文，怎么办？
- 客户认为保费贵，续保有困难，怎么办？
- 客户刚签完保单就后悔，想要退保，怎么办？

.....

只要你翻开本书，就会茅塞顿开，找到自己想要的答案。

保险销售是一项颇具挑战性的工作，它不仅测试销售人员开口营销的有效性，还考验其与客户机敏沟通的能力。其实，销售的核心智慧就是沟通，一个成功的保险销售员往往能出口成章，他们的话语就像是一双柔软的手，能抚摸到客户心灵最柔软的地方。

作为保险销售人员，当因为不知如何开口推销而犹豫不决时，当因为不知如何回答客户而哑口无言时，当面对客户的拒绝无言以对时，当因为不知如何处理客户异议而心浮气躁时，你首先要反思的就是自己的沟通方式是不是出现问题，是不是具备了一名出色的销售应该具备的口才水平。

完美发挥语言的无穷魅力，是很多保险销售从业者梦寐以求的愿望，善辩而有效的口才交流能在保险销售中起到事半功倍的作用。口才的锤炼不仅可以通过保险销售实践获得，也可以通过学习口才技巧与实战方法获得，这正是本书的核心与精华所在。



本书专为广大保险销售人员量身定制，针对保险销售工作过程中电话初访、登门拜访、挖掘客户需求、产品推介营销、高效提问、化解支付异议、化解需求异议、化解产品异议、化解信用异议、应对客户借口、跟进成交签单和保险售后服务等 12 大环节，以“错误应对+深度情景解析+实战强化训练+金牌技巧点拨”的方式将保险销售过程中常见的 100 个情景案例逐一展现，给出有效解决问题的答案。

针对每一个销售情景，都通过错误应对的方式提醒保险销售人员沟通过程中可能出现的问题，并针对不同情景进行专业知识、方法技巧的深度解析，最后进行实战强化训练，给出正确的情景对话并分析沟通对话中的成功之处，帮助保险销售人员应对销售过程中出现的各种问题，进而提升自身的沟通能力。

通过阅读本书，你能学会如何在开场就能吸引客户的注意力，你能学到如何分析不同层次、不同年龄客户的购买心理，你能学会如何与不同的客户进行不同的交流，你能学会如何区分阻碍与促进成交的语言信号，你能学会如何巧妙地应对客户各种名目、亦真亦假的异议，你能学会如何恰到好处地消除客户对保险的抵触情绪，你能学会如何引导客户成功签单，为自己完成销售业绩等。

本书既没有晦涩难懂的销售理论，也没有枯燥无味的纯粹说教，而是通过读者容易学习吸收的形式，典型而真实的销售案例，丰富而易用的干货技巧，让读者一看就懂，一学就会，即学即用，融会贯通。当然，在实际销售工作中，销售人员不能生搬硬套，而要学会因地制宜、因时制宜地运用本书中的方法与技巧去完成自己的销售任务，真正提高自己的销售沟通能力，大幅提升自己的销售业绩，成为令人羡慕的销售精英。

本书适用于保险销售一线人员学习，可作为保险销售口才培训的案例教材，也可作为保险公司营业主任、客户部门负责人指导下属的参考用书。

编者

2017 年 12 月



CONTENTS

保险销售超级口才训练与实战技巧

目 录

第一章 电话初访沟通情景口才训练与实战技巧

- 情景演练 01 客户一听推销保险就挂电话 / 2
- 情景演练 02 打电话给老板，总是公司前台接 / 4
- 情景演练 03 跟客户说了一大堆保险的好处都没效果 / 7
- 情景演练 04 想在和客户沟通时制造悬念 / 10
- 情景演练 05 客户一听卖保险就说“不需要” / 12
- 情景演练 06 客户一听卖保险就说“没兴趣” / 14
- 情景演练 07 客户一听卖保险就说“没时间” / 15
- 情景演练 08 客户一听卖保险就说“没钱” / 18
- 情景演练 09 客户索要资料或电话号码 / 20
- 情景演练 10 想跟客户见面，在电话里预约时间 / 23
- 情景演练 11 提出面谈邀约，客户拒绝 / 24
- 情景演练 12 与客户预约见面地点 / 26
- 情景演练 13 电话约见陌生客户 / 28
- 情景演练 14 电话约见熟人客户 / 30
- 情景演练 15 客户在拒绝时心情不好 / 32
- 情景演练 16 客户拒绝，与客户预约下一次通话 / 33
- 情景演练 17 收集客户信息，客户不肯告知 / 35
- 情景演练 18 电话约见有一面之缘的客户 / 38
- 情景演练 19 电话约见转介绍客户 / 39

第二章 初次拜访客户情景口才训练与实战技巧

- 情景演练 20 跟客户寒暄时不知道该说什么好 / 42
- 情景演练 21 被客户认为自己不太靠谱 / 45

- 情景演练 22 使用请教接近法,拉近与客户的距离 / 46
- 情景演练 23 一本正经地与客户沟通,客户没兴趣 / 49
- 情景演练 24 听清客户说的话再介绍产品 / 51
- 情景演练 25 不仅要倾听,要记得积极回应 / 54
- 情景演练 26 抓住客户说话的重点 / 57
- 情景演练 27 清楚表达自己的想法 / 59
- 情景演练 28 与客户交谈时要站对立场 / 62
- 情景演练 29 如何了解客户的购买决策权 / 64
- 情景演练 30 不要忽视客户带来的陪同人员 / 66

第三章 挖掘客户需求情景口才训练与实战技巧

- 情景演练 31 如何了解客户的家庭信息 / 70
- 情景演练 32 如何了解客户的经济状况 / 73
- 情景演练 33 如何了解客户的投保计划 / 76
- 情景演练 34 如何询问客户的投保需求 / 79

第四章 产品推介营销情景口才训练与实战技巧

- 情景演练 35 准确、清晰地表达产品的特点 / 84
- 情景演练 36 客户对保险销售人员的介绍心不在焉 / 85
- 情景演练 37 客户不清楚自己的保险需求 / 87
- 情景演练 38 客户对保险销售员的介绍不表态 / 89
- 情景演练 39 客户考虑半天无法决断 / 92
- 情景演练 40 介绍产品时正确使用幽默的语言 / 94
- 情景演练 41 使用权威数据,客户更信服 / 95
- 情景演练 42 用数据和专业化服务让客户明白利害得失 / 97
- 情景演练 43 根据客户对风险的态度推介产品 / 99

第五章 高效提问促单情景口才训练与实战技巧

- 情景演练 44 向客户提问要抓住有利时机 / 103
- 情景演练 45 提问要先从权利式提问开始 / 106
- 情景演练 46 如何正确运用确认式提问法 / 108
- 情景演练 47 如何向客户进行探索式提问 / 110
- 情景演练 48 如何向客户进行引导式提问 / 112

情景演练 49 如何以退为进, 反问客户 / 115

情景演练 50 重复客户的话, 坚定客户的购买意愿 / 117

第六章 化解支付异议情景口才训练与实战技巧

情景演练 51 客户说自己资金紧张没钱买保险 / 121

情景演练 52 客户担心后期经济变化, 续保有困难 / 125

情景演练 53 客户说只要基本保额 / 128

情景演练 54 客户想要公司给他一些折扣 / 131

第七章 化解需求异议情景口才训练与实战技巧

情景演练 55 客户称自己还这么年轻不需要保险 / 135

情景演练 56 客户称儿女以后会养我, 不需要买保险 / 139

情景演练 57 客户说父辈没保险也活得很好 / 141

情景演练 58 客户只想给孩子买保险, 自己不需要 / 143

情景演练 59 客户已经购买社会保险怎么办 / 145

情景演练 60 客户认为孩子还小, 过几年再投保 / 146

情景演练 61 客户已经购买了其他保险公司的保险 / 149

情景演练 62 客户有足够存款, 不需要买保险 / 151

情景演练 63 客户称现在不着急买保险, 想等等再说 / 153

第八章 化解产品异议情景口才训练与实战技巧

情景演练 64 客户称投保还要体检, 太麻烦 / 157

情景演练 65 客户认为买保险不如把钱存银行 / 159

情景演练 66 客户认为买保险不如投资股票 / 161

情景演练 67 客户认为投保容易理赔难, 不愿购买保险 / 163

情景演练 68 一说到医疗保险客户就很反感 / 166

情景演练 69 客户认为钱在贬值, 买保险不划算 / 168

情景演练 70 客户认为买了保险不出险, 钱就白花了 / 169

情景演练 71 客户认为买保险不吉利 / 170

第九章 化解信用异议情景口才训练与实战技巧

情景演练 72 客户担心保险销售人员离职后无人理赔 / 173

情景演练 73 客户称你们公司要是倒闭了怎么办 / 175

情景演练 74 客户称保险公司都是骗人的,没有用 / 178

情景演练 75 客户在听完你的介绍后认为你不靠谱 / 180

第十章 应对客户借口情景口才训练与实战技巧

情景演练 76 客户称想找熟人买保险 / 183

情景演练 77 客户称要回去和家人商量一下 / 186

情景演练 78 客户想要货比三家,看看再说 / 188

情景演练 79 客户想等周围人买了再说 / 192

情景演练 80 客户想买但遭到同行朋友劝阻 / 194

第十一章 跟进成交签单情景口才训练与实战技巧

情景演练 81 客户在哪些情况下会发出购买信号 / 198

情景演练 82 客户易被真实案例打动 / 200

情景演练 83 如何运用直接请求法 / 202

情景演练 84 如何运用假设成交法 / 204

情景演练 85 如何运用“二选一”成交法 / 205

情景演练 86 如何运用利益诱导法 / 207

情景演练 87 如何通过提问引导客户签单 / 208

情景演练 88 如何运用激将成交法 / 210

情景演练 89 签单时保险销售人员要注意哪些问题 / 212

第十二章 保险售后服务情景口才训练与实战技巧

情景演练 90 签单后,保险销售人员如何递送保单 / 216

情景演练 91 签单后如何与客户进行后续联络 / 218

情景演练 92 签单以后登门拜访客户 / 219

情景演练 93 客户打来电话咨询某些问题 / 222

情景演练 94 友好提醒客户,给客户留下负责的印象 / 223

情景演练 95 客户想要办理理赔手续 / 226

情景演练 96 客户询问保险之外的问题 / 228

情景演练 97 老客户需要得到销售员的关怀 / 229

情景演练 98 客户签单之后产生各种抱怨 / 231

情景演练 99 客户觉得保险没用想退保 / 232

情景演练 100 如何让老客户帮忙转介绍客户 / 235



SALES
eloquent training

第一章

电话初访沟通情景 口才训练与实战技巧

销售口才

电话沟通环节非常重要，只有在电话里获得客户的好感和信任，后续的推介工作才能顺利开展。电话营销是否成功，最为关键的时间就是电话接通后的 20 秒钟，要在 20 秒内引起客户的兴趣，强烈吸引住对方。那么，如何在这短短的 20 秒内赢得客户的好感和信任呢？在跟客户沟通时要注意哪些问题？面对客户的拒绝又如何去应对呢？



01

情景演练 客户一听推销保险就挂电话

NO X 错误应对示例 1

保险销售人员：“张先生您好，我是××保险公司的，我们公司最近推出了新的理财产品，方便给我两分钟给您介绍一下吗？”

客户：“对不起，谢绝推销！”

高手
指点

保险销售人员上来就说保险推销，由于没有的任何铺垫和前奏，人们一般会视为骚扰电话，最后肯定是被挂断的下场。

NO X 错误应对示例 2

保险销售人员：“×先生您好，我是××保险公司的保险代理人×××，现在做个回访，您曾经在我们公司购买过一份养老保险，是吗？”

客户：“是的。”

保险销售人员：“您对我们公司的服务还满意吗？有哪些需要改进的地方吗？”

客户：“还行。”

保险销售人员：“谢谢您的好评，我们现在新推出一份理财计划，我看了一下，非常适合您购买，我给您介绍一下吧。”

客户：“暂时不需要，不好意思，再见！”

高手
指点

上来做了一个简单回访，由于没有消除客户的紧张心理，再加上进入主题的时机太过生硬，容易让客户感觉受骗了。

WHY 深度情景解析

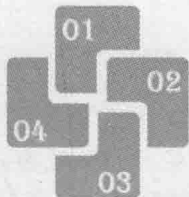
接到陌生电话时，每个人都会自然而然地产生戒备心理，这是正常反应。如果客户没有意识到自己有保险需求，接到保险推销电话就很容易挂断，甚至有的人会标记拉黑。遇到这种情况很正常，不要有心理负担。

要想让客户不轻易挂断电话，保险销售人员在电话接通时，要先隐藏自己的销售意图。保险销售人员可以在开场白阶段巧妙地制造一个话题，迅速

引起客户的兴趣，自然而然地进入交谈阶段。但要注意一点，这个话题必须与保险有关，这样才能在电话里慢慢过渡到保险。

自报家门，引起客户的兴趣

虚构事实或假身份，话题慢慢过渡



(只针对老客户)先找理由感谢一番，赢得好感再销售

制造忧虑，问一个普遍会关心的问题，
然后针对性地介绍自己的产品优势

保险销售中有一个 AIDA 模式，在此状况下比较有用。

首先，Attention——集中客户的注意力，要将客户的注意力集中到你说的话或你的动作上来；

其次，Interest——引起客户兴趣和认同，介绍产品优势，如果客户能够认真倾听，就说明他感兴趣；

然后，Desire——激发客户的购买欲望，当客户认为购买保险所获得的收益大于支付的费用时，就会产生“购买的欲望”；

最后，Action——要帮助客户做出购买的决定，促使客户采取购买行动。



YES ✓

实战强化训练 1

保险销售人员：“您好，是刘女士吗？”

客户：“你好，我是。”

保险销售人员：“刘女士，我是××银行的××，您持有一张我行尾号为××××的信用卡，是这样吗？”

客户：“嗯，是的。”

保险销售人员：“好的，首先感谢您对我行的大力支持，为了回馈像您这样的老客户，我行特别推出了免费赠送个人理财规划服务一份，请问您现在方便讲话吗？”



客户：“还可以，你这是要帮我做理财规划吗？”

保险销售人员：“是的，我们可以为您提供一些理财信息，也可以为您做一份理财规划，请问您这周六和周日哪天方便呢，我们面谈一下？”

客户：“周日上午十点吧。”



金牌技巧点拨

保险销售人员起初假借身份，用“为了回馈像您这样的老客户，我行特别推出了免费赠送个人理财规划服务一份”成功吸引了客户兴趣，销售人员根本就没有暴露自己推销保险的意图就成功约见客户，可以说很高明。

YES



实战强化训练 2

保险销售人员：“您好，刘先生，我是××保险公司的×××，最近可好？您还记得我吗？”

客户：“不好意思，想不起来了。”

保险销售人员：“是这样的，您在一个月前曾经购买过我们的一份意外险。我这次打电话就是想咨询一下，您对我们产品还有什么宝贵的意见和建议？您觉得我们的服务怎么样？哪里还需要改进？”

客户：“我没有从你们那里买过保险啊，你打错了吧？”

保险销售人员：“不会吧，难道是我的回访档案弄错了，真是不好意思！能冒昧地问下您目前购买了哪些保险吗？”

客户：“单位给我们交了社保，我自己还买了一份养老保险。”



金牌技巧点拨

假装打错电话，消除客户戒心，还在无意中询问客户问题，巧妙获取客户信息。这种方式要求保险销售人员语气自然，要让客户相信销售人员是真的搞错了，而不是一个借口。

02

情景演练 打电话给老板，总是公司前台接

NO



错误应对示例 1

保险销售人员：“哇！王女士，您的声音可真好听，您一定非常漂亮吧？果然是大公司的员工啊，像您这样年纪轻轻就事业有成。”

客户：“有话快说。”

**高手
指点**

话语啰唆又长，引人反感，不要夸前台事业有成，事业有成意为一个人事业非常成功，不能用在前台身上，要注意用词。

NO X 错误应对示例 2

保险销售人员：“王女士，您声音可真好听，听得出来您的心情应该也不错吧，的确，开心是人生之本。”

客户：“你从哪儿听出我的心情好呢？”

**高手
指点**

不要主观臆断，做到实事求是就可以了，也可以用一些比较中性的词语，或一些显而易见的特征，比如性格。

NO X 错误应对示例 3

保险销售人员：“我找你们公司的陆总，他在办公室吗？”

客户：“您是谁？找我们陆总做什么？”

保险销售人员：“我是××保险公司的王瑞轩，我们公司现在刚刚推出一个非常适合陆总这样的成功人士的财产险，请您容许我和他沟通一下好吗？”

客户：“算了吧，我们陆总不需要办理财产险！”



**高手
指点**

在请求时太过于直接，暴露了推销保险的意图，要知道推销电话可是前台重点过滤的对象。

WHY 深度情景解析

公司前台的职责就是过滤电话，但一般公司过滤标准不明确，这些电话由前台根据个人经验负责转接与否，所以接近前台、赢得好感才有可能成全保险销售人员。



俗话说“伸手不打笑脸人”，赞美的话总是听不够的，适度赞美可能就是打开前台大门的钥匙，赞美的内容可以是：

声音：您的声音非常好听，您一定接受过专业训练吧？

性格：一听就知道您是一位对工作非常负责的人，您做事肯定很利索。

文化修养：您一听就是一个特别有修养的人。

借他人之口：我原来的一个同事跟我说过您，说您不仅长得漂亮还很有主见。



赞美对方时，需要抓住赞美时机，不要因为话题扯太远而失去赞美时机；套近乎的方式不要太明显，让人一眼看穿的话只会引起反感；注意言辞，不同身份地位用词也不同，不要张冠李戴；夸赞要适度，把握好分寸。

保险销售人员可以直接请求前台给予和领导沟通的机会，但态度要诚恳，可以提到为对方带去的利益；不能低声下气，缺乏自信，要用真诚打动前台人员，否则只会让前台人员感到厌恶。

YES ✓ 实战强化训练 1

客户：“您好！这里是××公司，请问有什么可以帮您？”

保险销售人员：“您好，我找王总。”

客户：“王总不在，您有什么事儿可以跟我说。”

保险销售人员：“好的，您贵姓？”

客户：“我姓刘。”

保险销售人员：“哦，刘女士呀，请问您以前学过播音吗？您的声音真好听！”

客户：“谢谢！您找王总有什么事情吗？”

保险销售人员：“我是××公司的×××，跟贵公司的王总有一个合作要谈，这件事情非常重要！”

客户：“那我给你转过去吧！”



金牌技巧点拨

在遇到前台、秘书人员时，保险销售人员要在极短的时间内拉近与她们的距离，这一案例中，保险销售人员就通过赞美对方的声音获得了对方的好感，成功地拉近了与前台人员的距离，从而顺利实现了自己的目的。

YES ✓

实战强化训练 2

客户：“您好！这里是××公司。”

保险销售人员：“您好，是宁女士吧？”

客户：“嗯，您是哪位？”

保险销售人员：“我是××公司的××，我前两天去过你们公司，还见过您呢！”

客户：“哦，不好意思，我想不起来您了。”

保险销售人员：“没关系，您每天接触的人比较多，怎么可能都记住呢！”

客户：“那有什么能帮助您的吗？”

保险销售人员：“我要找你们李总谈一件很重要的事情，事关你们公司所有人利益的一件大事，帮我转一下吧，谢谢！”

客户：“好的，我这就给您转过去，请您稍等。”



金牌技巧点拨

保险销售人员可先致电其他部门获知前台、秘书的姓氏，然后给前台、秘书打电话时假装熟人的口吻，成功实现突围。但保险销售人员说话的语气一定要多加练习，不可出现不自然、结巴等情况。

03

情景演练 跟客户说了一大堆保险的好处都没效果

NO ✗

错误应对示例 1

保险销售人员：“×先生您好，我今天给您打电话是要给您推荐一份我们最新推出的××××计划，只要您购买了这款产品，就能得到很多保障，可以不用上班了，能够尽情享受美好生活……”

客户：“不用工作了？你确定没有骗我？”（挂断电话）

高手
指点

一开始就说明利益来吸引客户的注意力，方法可行，但不要故意夸大产品的功能，过于夸大只会引起客户的怀疑，让客户以为受到了欺骗。

NO ✗

错误应对示例 2

保险销售人员：“×女士您好，我是××保险公司的保险代理人，我向您推荐的是一份××××计划，您只需要缴纳××××元的保费，就可以享受高达××万元的保额，您觉得怎么样？”



客户：“有这好事？”

保险销售人员：“是的，×女士，您只要一年缴纳××××元钱，就可以享受这份××万元的保险，万一您发生了意外，家人也可以领取。”

客户：“我不需要。”

高手
指点

产品利益叙述不清，模棱两可，心态太急，急于成交，语气有些强势，没有顾及客户的感受。

NO X 错误应对示例 3

保险销售人员：“李女士您好，我是××保险公司的保险代理人，我向您推荐一份公司新推出的财富分红险吧。您只需要每年每季度缴费 5000 元，持续缴费 5 年，就可以享受高达 30 万元的保险金额。保险金额在您停止缴费以后就会返还，年终有分红。最主要的是，您可以终身领取，还可以用我们的保单抵押贷款，超值，还有……”

客户：“不用了，我不需要。”

高手
指点

介绍产品优势时叙述太冗余，令客户感到厌倦。说话要简洁，将产品优势有条理地讲述出来。

WHY 深度情景解析

接到推销电话，一般人都会拒绝，甚至直接挂断。但如果开门见山地说明会带给客户带来的利益，用利益来吸引客户，就可能让话题进行下去，这也不失为一种有效的推销方法，但保险销售人员必须要做到：业务知识非常熟练，不要被客户一句话给问倒或是解释不清；对于产品的利益讲解，一定要实事求是，不可故意夸大，如果刻意夸大让客户了解到实情后，会加深后续工作的难度。

另外，在跟客户讲述具体利益时，也要注意以下几点：

- 1 利益说明必须是实事求是、不夸张
- 2 利益最好是展示给客户，取得客户信任