

台湾汉湘文化事业股份有限公司独家授权

保险从业人员 必读

A GUIDE MANUAL FOR
INSURANCE
SALESMEN

池红万/编著



西南财经大学出版社

责任编辑:邝文庆

装帧设计:穆志坚

书 名:保险从业人员必读

编 著:池红万

出版者:西南财经大学出版社

(四川省成都市光华村西南财经大学内)

邮编:610074 电话:(028) 7301785

印 刷:都江堰九欣彩印厂

发 行:西南财经大学出版社

全 国 新 华 书 店 经 销

开 本:850×1168 1/32

印 张:5.375

字 数:72千字

版 次:1999年2月第1版

印 次:1999年2月第1次印刷

印 数:5000册

定 价:16.80元

ISBN 7-81055-442-5/F·344

1. 如有印刷、装订等差错,可向本社发行部调换。
 2. 版权所有,翻印必究。
-

前 言

在现今的社会，只要精通无形的商品——保险的推销技巧，就没有做不到的事。实际上我也推销过各种商品，但是像保险那样众所周知，像推销方式那样无法抵抗，而且在顾客面前也不能展现具体商品的保险业，这在别的行业是找不到的。

汽车的推销、房地产的推销、化妆品的推销若是与保险的推销相比的话，简直可说是易如反掌。

编著这本书就是以我多年的经验告诉大家：“保险推销就是这么回事！”并为其他业界的人们提供参考。

很多人都认为自己所从事的不是保险业，所以就算知道保险的推销技巧也没有多大用处，但是我认为：要是能参考保险推销员的技巧，对其他业界的成功也很有帮助。

不管做何种事只要解决了最难的部分，那么其他部分就会迎刃而解。

就像高尔夫球一样，击第一杆很难，第三杆可以打到球，第五、第七杆则很容易，这是同样的道

理。当然，读者若是从事保险推销的话是最好不过，但是鉴于大部分读者不是保险推销员，所以透过保险的推销术，同时也尽量阐述其他业界的推销技巧。

目 录

前言 / 1
第一章 如何面对一口拒绝的尴尬场面 / 1
为何被顾客拒之门外呢 / 3
——有 5 种原因在作怪
防止遭受拒绝的方法 / 6
——防止遭受冷落的 37 种最佳方法
如何避免谢绝的场合 / 28
——避免谢绝的 14 种最佳方法
第二章 对付男性顾客拒绝之词的方法 / 47
突破第一道关卡 / 49
——销售从拒绝的那一刻开始
男性顾客的 19 种拒绝之词与应付对策 / 51
——攻克顾客的 19 种最佳手段
第三章 如何抓住女性顾客 / 77
以女性为销售对象时应注意的问题 / 79
——对女性销售时也能成功
如何解除女性的戒备心理 / 81
——独特的心理掌握法与攻破对策有 18 种

最佳方法

第四章 把企业当作顾客的攻克方法/107

攻克企业有着无穷的乐趣/109

——一网打尽并非是白日梦

选定目标之后是：智慧 + 情报 + 努力/110

——攻克企业的 20 种方法

第五章 攻克企业的关键在于金融机构的充分运用/135

银行是开拓企业市场的武器/137

——首先从银行内部开始了解

如何使银行成为自己的朋友/143

——维护银行利益的 6 种方法

第六章 充分利用“他人的信用与努力”的方法/151

灵活运用保险业务的代理制度/153

——你可以得到无限的支持

保险业务员的条件/155

增员的方法/160

如何让业务运作呢/162

第一章

如何面对一口 拒绝的尴尬场面

为何被顾客拒之门外呢

——有 5 种原因在作怪

首先最重要的是，如何面对推销保险过程中的挫折呢？假如你已经避免了被对方一口回绝，可以说已经取得了百分之八十的成功。因此，在第一章节中主要说明：临机应变的对策。

我们在推销过程中常常处于尴尬的地位，所受到的挫折可一点也不小。保险的推销呢？更不用说了，简直常是让人不知如何是好，为什么呢？也许所售的商品是属于软性服务的缘故吧！保险业务的特征是事先没有与顾客打个招呼，就直接地挨家挨户访问，因此招来主人家的白眼，这也是情理之中的事情，这些人不是存心整你，或者是故意给你难堪。千万记住喔！他们都是些善良的市民，由于推销员的来访，因而打扰了他们安静的生活气氛。

当推销员登门拜访时会遇到意想不到的麻烦，但这些都不是天意，更不是顾客的缘故，而是由于推销员的不慎导致的人为障碍。假如所有做销售生意的人彼此之间达成这样的一种共识，并给予顾客恰到好处好处的解释，那么作为顾客也不会故意生事，出现过激的言论或行为，如此一来，我们推销员的生意也就

好得多了。

虽然有一种说法叫做“销售的真正意义，是从遭到顾客否定的那一刻开始”，但是一开始就遭到顾客否定的原因，多半在于推销员自身的态度，和顾客是毫不相关的。

顾客的立场是“顺其自然”，或表示出“漠不关心”，因此，成功的销售从遭顾客否定开始拟定方针，正确的作法不在于推销员如何应付尴尬场面，而是在于他如何对待失败，分析原因并且总结经验，在此基础上迅速做出果断地行动。照这种思路进行下去，当遭到顾客的否定时，推销员应当把这种情形看做是自我表现的良好机会，认真面对，尽情发挥自己的才干才是明智之举，我认为唯有这种想法才能让自己处于有利的境地。那么，究竟顾客拒绝投保的主要原因是什么呢？概括起来有五项：

1. 对于推销员的劝导、说明只是随便听听。
2. 还没有做好投保的计划。
3. 对突如其来的推销员感到困扰。
4. 保险推销员接二连三的来访，深有反感。
5. 已参加投保的顾客当中，也有重新考虑投保与否。

尤其在直接面谈时，顾客拒绝投保的理由如下：

(1) 对推销员的印象不好，例如：推销员啰啰嗦

嗦；从不考虑对方的立场；还有背后中伤别家公司推销员；谎称自身业绩不如人意；不分昼夜的打扰；常识贫乏等。

(2) 讨厌该保险公司，或不喜欢这个推销员。

(3) 因为对推销员的态度不满意所以不投保。
例如：推销员太过于厚脸皮。

(4) 只要顾客稍有反应，就千次百次来打扰。

(5) 顾客不需要投保时也会无理地强求加入。

(6) 认为人寿保险并不吉利。

(7) 每个人寿保险公司每年都有新险种推出，到了明年会有费用更低、条件更诱人的投保项目，所以，现在暂时不想加入。

(8) 人寿保险是长期的支出，需深思熟虑以后再做决定，冲动性的加入不是明智之举。

(9) 什么时候参加保险是由我自己来决定，听推销员的劝诱而盲目加入是没有主见的表现。

(10) 我一个人没有决定权，还得与家人商量以后才能给予答复。

(11) 投保时还想向朋友熟人请教以后才做决定。

(12) 仓促地做出决定会带来不必要的支出，需进一步考虑以后再说。

(13) 自己还无法接受生命保险，所以不加入的

好。

(14) 人要以信誉为重,已答应投保另一家人寿保险公司。

(15) 没时间考虑。

(16) 因为还得要购买很多东西,担心入不敷支出。

(17) 目前已投了保,至少有了保障。

(18) 由于家人的反对。

(19) 目前还没有谈投保的心情,等改天心情好的时候再说吧!

(20) 过去有过不愉快的保险经历。

以上举的形形色色、各式各样的反应,不过是人寿保险推销员日常经验的一小部分而已。

防止遭受拒绝的方法

——防止遭受冷落的 37 种最佳方法

保险推销的过程中,难免会碰到顾客的拒绝。面对这种场面时应该认真对待,丝毫容不得漫不经心,为何对推销员的要求会如此苛刻呢?原因在于推销员直接面对顾客,其待人态度以及满足顾客的需求、感情、动机、成见等,直接影响顾客投保与否。而就是这些肢体语言帮助推销员走上成功之路,表

面上的敷衍了事，绝对解决不了任何问题。在这里叙述的是遭受拒绝的具体应对方法。

防止遭受拒绝的方法一：登门拜访时应做好拒绝的心理准备

不知推销别的商品时的情况如何，但是，当你作为保险推销员而挨家挨户访问时，百分之九十有遭否定的可能，因此，一开始就要做好心理准备。那样的话，当我们面对挫折时，所承受的心理打击也可以减轻，不会随意发泄自己不愉快的心情。

刚成立的保险商，假如没有碰到麻烦，事事如意，对保险商本身来说是百害而无一利，因为有少部分的人，心怀恶意利用保险制度，达到自己见不得人的目的。例如有些健康不佳者，透过投保来领取医疗费，也有心存不良动机，想领死亡保险金的人，也有一部分人准备加入保险，但就是不愿意跟推销员打交道。

防止遭受拒绝的方法二：尽可能做到事先约好

再怎么冷静的人在面对突如其来的陌生人，会表现出什么热情呢？尤其他正在忙得团团转的时候，更不会欢迎推销员打扰自己。他有可能对你所要推销的商品持不信任态度，也有可能对你本人提高警觉。尽管是突然的拜访，也要做到事先通知顾客，这样你的推销也好做得多，销售成不成功就另当别论

了，至少面谈比想像中顺利一些。

例如：选择访问对象以后邮寄广告，通知居民推销员什么时候来拜访；邮寄广告时与小手册一起寄，上面写明“我是××人寿保险公司此地区的负责人，名叫××，近期将展开新心理保险业务的促销活动，希望得到诸位的支持，拜托各位了！”这样让顾客事先心里有个底，做起事来也就稳妥一些了，不是吗？

发函以后时间拖得太长，顾客有可能遗忘，所以访问的时间，最好不要超过四五日。也有这样一种情况，虽然有的顾客收到了邮寄广告，连看都不看就扔进垃圾袋，但这种情况毕竟不多，大多数人还是先看片段，了解大意后，再把它处理掉。这样的作法往往给顾客留下这种印象：“呀！这位推销员真不简单，想得还挺周到的嘛！”一旦给顾客留下这样的印象，那么销售成功的天秤就倾向你了。当然邮寄广告时，再加进印有相片的名片的效果如何呢？这就要让你来猜了，怎么样？猜到了吗？有必要再拜访时，应告诉顾客具体的时间或打个电话，寄一张明信片也并非不可行的！以上的一切都是让顾客做好心理准备，这种情况叫做打潜在消费者的主意。

保险的场合应注意不要急于对顾客说“这一切不为别的，为的就是让您参加保险，以免招来麻烦！”这必然带来失败的恶运，此谓欲速则不达。

防止遭受拒绝的方法三：不分昼夜的连续拜访不是明智之举

保险行业里，曾经出现过很多成功的推销员。他们在开拓保险业务的过程中，创造了无数的神话，是透过不分昼夜的连续拜访，来感动顾客而创造的。保险业发展的初期阶段这种工作方式得到不少顾客的欢心，会称赞某人寿险公司的××先生真努力并与之签订合约。但现在的情况可就不一样了，随着生活节奏的加快，每个人都为各自的事业而奔波，没有时间顾及他人，因此推销员更多考虑对方的立场，选择最佳的时间，若稍微疏忽，会把所有努力化为泡影。

防止遭受拒绝的方法四：传达拜访的目的

保险推销员的光临，顾客大多已知道其来意，推销员不说明情况与想法，是没有销售经验者的行为。资深的推销员应该向顾客明确地说明其来意：“请加入保险，我是为此而来到此地”，千万要记住啊！这一点非常重要。然后随便与对方话家常，且对保险相关事宜，只字未提（只提保险话题很有可能打碎计划），直至对方先提：“你来此地的目的究竟是什么呀？”这样算是初战告捷了。这种情况下，顾客虽然知道你的来意，但也有可能乐于接待你了。

防止遭受拒绝的方法五：应把谢绝看成是“参加保险也无妨”的讯号

碰到立场强硬的顾客，对“请多关照，我是××人寿保险公司的××。”这种礼貌的开头语也是效果甚微，甚至是闷不吭声的顾客，也有这种表面上看似拒绝，但也并不完全是的情况。这种沉默的肢体语言，传达不出顾客内心的想法。面对这种尴尬场面，使推销员也陷入迷惘之中，要是刚出道的推销员，很可能是找藉口马上逃离现场。采取这种手段的顾客对待起来最费心，还不如断然拒绝的顾客。“顾客是上帝，由于您的关怀才会有我的成长……”。从这种意义上讲，反倒应该谢谢他们了，说一声“Thank you!”这犹如剑道一样，寻找机会找出攻击对方的弱点。

所以，谢绝之词被认为是一种暗号，也就是“加入也无妨，只是有一点力不从心而已。”反复回味顾客的话意，这样初次拜访就不算白费了。

防止遭受拒绝的方法六：谢绝初次拜访，责任在于推销员身上

自我介绍也做过了，脸孔也不再陌生，拜访也做了，但是保险行业往往是介绍归介绍，面熟归面熟，有100%~99%场合是以失败告终。但这不是顾客的责任，而是推销员自己造成的。因为顾客拒绝的

前提是：保险推销员的到来，从而出现顾客拒绝推销员的现象。

第二点，无论情况如何，只要给顾客留下美好的第一印象，也不会遭受拒绝。

从上一点可以归结，初次拜访失败的全部责任，在于推销员自己，这样既有利于推销员的自我成长，也可以约束推销员的言行，根除为难顾客的现象，并使“讨厌的保险推销员”之类的声音也随之减少。

防止遭受拒绝的方法七：虽是同样的谢绝之词，各自的意义有差别

例如：“可以参加很多的保险吗？”像这样的言词可以理解为谢绝之词，也可以理解为真正参加很多保险，也可能是用反讽的语气来表达送客之意，或加入金额为1000万元的保险，还是认为这个已经是相当可观的数字等，各自涵义迥然不同。

所以，即使遇到了谢绝之词，也有必要认真回味其真实的涵义，对症下药才是成功之道，不多努力，就会付诸东流。

防止遭受拒绝的方法八：顾客通常都对送货推销持拒绝态度——这句话对推销商而言是条金科玉律

只要将这一点铭记在心，对其他事物就不会受到太大冲击。做什么都可以接受谢绝之词，心情就坦然多了，即使真的受到挫折伤害，也不会严重到长期