

经营大保单的关键——心理格局

台湾保险
畅销书



保险行销进阶系列五

如何经营大保单

作者：梁美玲

她是个陌生电话开发的行销高手，经营的都是大保单
陌生电话开发不容易，经营大保单也不轻松
这样的奇材难得一见，她的行销独到之处在哪里

暨南大学出版社

F840.4
L406:1

保险行销进阶系列五

如何经营大保单

梁美玲 / 著

暨南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

如何经营大保单 / 梁美玲著. —广州: 暨南大学出版社,
2002.1

(保险行销进阶系列五)

ISBN7-81029-986-7

I. 如… II. 梁… III. 保险—销售—经验
IV. F840.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 038319 号

出版发行: 暨南大学出版社

地址: 中国广州暨南大学

电话: 编辑部(8620)85225262 85220289 85225277
发行部(8620)85223774 85225284 85220602(邮购)

传真: (8620)85221583(办公室) 85223774(发行部)

邮编: 510630

网址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排版: 深圳市鹰达印刷包装有限公司

印刷: 深圳市鹰达印刷包装有限公司

开本: 850 × 1168 1/32

印张: 4.375

字数: 60 千

版次: 2002 年 1 月第 1 版

印次: 2002 年 1 月第 1 次

印数: 1—5000 册

一套八册总定价: 160.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社发行部联系调换)

本系列图书由台湾印象图书有限公司

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

■大保单在哪里——在你心中——

读这本书时，您在心中可能会有个疑惑：没有谈到大保单呀！

其实，作者叙述她的经历，本身就是在谈大保单了。

请记得，梁美玲本人并不认识多少高薪族的准客户，要做大保单仅靠陌生电话去找。

当她面对准客户时，准客户并没想要买大保单，而是她要准客户这样做。

大保单在她心中，所以她的保单都是大额的。



■有钱人的共同特征

“有钱人都很小气。”这是许多经营大保单的保险从业人员常挂在嘴上的。

为什么有钱人反而更小气？或许是因为小气才使得他们有钱！或许是因为有一大群人常在动脑筋帮他们花钱，导致他们不得不养成小气的习惯。

也许有人要说，有钱人不是小气，是节俭。这对保单经营没什么区别。最重要的是，如果你正与有钱人打交道，想把保单卖给他，那么就要注意，别让他们为你付钱，无论用餐或其他消费。

这样，你就能与有钱人平起平坐，不致于矮了一截，你也就朝着大保单又迈进了一步。

再者，别急着卖弄你的保险节税知识。

有钱人对于如何节税，平常就很留意，身边总有一些人为他们献策，如果你急着谈税的问题，不但不能因此获得青睐，



反而可能招致反感。

最重要的是建立交情。有交情才能继续交往，没交情最多问你一些他想知道的事情，然后就慢慢疏远你了。

对有钱人来说，买保险只不过是把他的钱从银行转到保险公司而已！

保险公司只不过是有钱人的另一家银行，你同意吗？

—梁美玲—

■ 心理格局放大, 保单就变大——。

大保单经营的关键是心理格局。

心理格局放大, 保单自然也就变大。

有个小故事说, 有个钓鱼者, 每当钓到八寸以上的鱼, 就扔回水中, 人家问他为什么? 他说: “我家锅子只能煎八寸以下的鱼。”

跳蚤本来是跳高的天才, 但是如果你把它罩在透明玻璃罐中, 它在玻璃罐里跳久了, 日后就只能跳玻璃罐的高度, 因为习惯而自我限制了。

如果你认为自己能经营大保单, 你就能。

如果你心中, 保单就是每年十万元以下, 你怎样能说服客户买超过十万元的保单呢?

有了大的心理格局, 就会拥有企图心; 有了企图心, 自然会去寻找有能力买大保单的人。

除非你原来就认识很多有钱人, 否则就要设法认识有钱

人。认识有钱人的方法很多，最快的方法就是像梁美玲这样，打陌生开发电话。

此外，去参加公益活动及非盈利性社团组织，也是很好的方法。

如果你觉得初期花费负担不起，就学梁美玲吧！



保险行销进阶系列一

职团开拓大搜秘

根据统计，走职团开拓路线的业务员，65%的人可轻松做到一日十访；延续传统推销方式者，只有 29% 的人做得到，而且很辛苦。

“辛劳较少，面谈较多”是职团开拓最具魅力之处。

保险行销进阶系列二

小故事讲保险

即使多年之后，也记得清清楚楚，这是小故事的强大传颂效果。

小故事的魅力从没衰退过，尤其是在保险推销领域，数不胜数的小故事，让保险观念更深入人心。

保险行销进阶系列三

保险行销笔记

他,怎么看都不像保险业务员,保险却做得很好。
客户嫌贵,他说有很便宜的,但是每个月只保障 29
天。狐狸和兔子的故事,怎么回事? 有趣的推销故事,
为什么能挑动人心?

保险行销进阶系列四

向保险业进军

主要内容:

12 位杰出人物素描

经验谈

激励小故事

成功语录

他们为什么投入保险业? 有哪些经验值得分享?

他们如何成功? 如何激励自己?

保险行销进阶系列五

如何经营大保单

她是个陌生电话开发的行销高手，经营的都是大保单。陌生电话开发不容易，经营大保单也不轻松。这样的奇才难得一见，她的行销独到之处在哪里？

保险行销进阶系列六

职团开拓新策略

本书主要内容涵盖政府机关市场的开发，如何销售给政府机关新进人员，如何在行销业绩不佳的职团重整旗鼓，百变推销法，崭新的对话型销售，职团深耕的方法等等。

保险行销进阶系列七

陌生电话开发

陌生电话开发可以预先确定好目标市场，例如，高薪族或专业领域人士（建筑师、医生、会计师……），选择权在我们自己。或许有人认为陌生电话开发不容易，但是要记住一点：在这类市场开拓方法中，已经有很多人获益良多。

保险行销进阶系列八

创意卖保险

抓住创意，几句震撼性对话，加上肢体语言，客户的抗拒情绪可能立时化解。

本书用鲜明的例子，实际的人物和对话，让读者轻松体验卖保险的创意。