

客户也能看得懂的保险书

台湾保险
畅销书



保险行销进阶系列二

小故事讲保险

作者：平立诚

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，让保险观念因而更深入人心

暨南大学出版社

0.4
0:1

F840.4
P720:1

保险行销进阶系列二

小故事讲保险

平立诚 / 著

暨南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

小故事讲保险 / 平立诚著. — 广州: 暨南大学出版社,
2002.1

(保险行销进阶系列二)

ISBN7-81029-986-7

I.小… II.平… III.保险普及读物
IV.F840.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 036419 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: 3.625

字数: 51 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

■ 小故事的强大传诵效果

听过一场演讲或是读完一本书，我们可能把大部分的内容都忘记了，但是其中如果有发人深省的小故事，我们却能够记忆深刻，甚至在往后的日子里经常转述给别人听。

即使多年之后，也记得清清楚楚，这就是小故事的强大效果。小故事从来都是富有魅力的，历史上有些有关伟人的小故事，至今仍在传诵的不在少数。

处于紧张忙碌的生活环境中的现代人更是没心力听长篇大论，小故事愈见其威力。

保险业界最常见的是，用小故事来激励业务员的推销意志。

另一方面，难以理解的保险，用小故事来比喻，也是最令人容易明白不过的。

本书中的许多小故事，深入浅出，简洁有力，像“菩萨派了三个保险业务员来”、“保险与木头”、“金元宝与矿泉水”，还有动人心弦的有关保险的其他小故事……都是可以长久传诵的经典作品，颇具参考价值。



读者可以试着自行改编这些小故事，使它更适合自己转述，也可直接提供给客户阅读。能够达到这种功能，则本书出版的目的就已达到。



■ 小故事是讲保险的绝佳形式 —————○

讲保险最忌讳使用难懂的专业用语，而要用尽可能深入浅出的语言，否则准客户听来有如在听外国语言，达不到效果。

此外，保险谈到的往往是生老病死的问题，也不是准客户喜欢听的题材，最好能采取比喻，而比喻的最佳形式就是小故事。

“小故事讲保险”这本书撰写的宗旨，就是希望让保险业务员能够以浅显的比喻，把保险的道理讲给准客户听。

或许读者已听过一些小故事，但是作者耗时两年所收集及创作的小故事，相信有不少是还未听过的。

本书的出版，也希望能提供给保险业务员一本可以建议客户阅读的保险书，说不定因此而吸引客户来做保险呢！

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。

隆重推出

寒宏演讲实录

先觉直

作者: 寒宏

◇中国首位 MDRT 顶级会员

◇平安高峰会会长

◇“追求卓越奖”得主

特聘请前上海电视台专业摄影师拍摄

适合对象: 半年以上的业务员、主管、组训、讲师

学习目的:

- 充实推销技巧
- 突破业绩瓶颈
- 掌握人性需求
- 提升客户层次

领 悟

- 十年商海沉浮, 从破产到成功, 人生的领悟, 教你掌握人性, 掌握人心

突 破

- 一步跨入有钱人的社交圈! 大保单源源不绝
- 突破旧有思维, 重建推销模式

课程特色

- 教你与有钱人交谈的十种话题, 五个步骤
- 教你巧妙包装险种的八种妙招及包装自己的五种话术
- 各种类型条款的简洁有力话术
- 相命及商务咨询等数种接近白领的方法
- 电话约访的几种技巧与话术

还有比这更绝的妙招, 现在开始接受订购, 欲购从速, 先睹为快
上海电子出版有限公司出版

价格: 130 元 / 套 (6 片 VCD 共 6 小时), 邮购费 5.6 元

直觉式推销训练——推销话术

作者：林金土

适用对象：2个月至3年业务员、组训

- 直觉式一次CLOSE创始人2天培训磁带
 - 中国台湾地区70%业务员均认同的寿险业务高手
 - 中国内地超过5000个业务员见证：一次CLOSE是目前中国内地推销潮流
 - 逻辑性话术，简单易学，反复聆听，熟能生巧
- 上海声像出版社出版

12盒磁带+教材 定价288元/套，特价198元/套，邮寄费10元

美国寿险教材精华

适用对象：主管、组训、兼职讲师

寿险营销

- 寿险营销110项最重要准则一次罗列
- 您常为早会不知讲什么而烦恼吗？早会投影片教材，直接复印直接用（可供57天早会使用）

美国寿险推销实战

- 教你即学即用即签单的推销法
- 浓缩美国历年MDRT高手实战精华

寿险行销管理

- 只要方法正确，领导能力是可以培养的，经营团队原来如此简单
- 寿险增员、选才、经营、辅导、管理及激励等全面标准教材
- 在中国台湾地区晋升主任必读书籍

暨南大学出版社出版

每套（三本）实价108元，邮寄费5.6元

客服新品

保宝龙拼图游戏

适用：中国人寿保险公司寿险业务员

品质卓越

- 手工设计刀模，超厚度卡纸制作，绝不破裂
- 全电脑设计、绘画，更细腻
- 高级特种纸、进口机器印制，更清晰，更鲜亮

适用广泛

- 3至15岁
- 独自动手，结伴玩耍
- 观察能力+动手能力+耐心的全面提升

优惠行动

- 实价28元/套，邮购另加5.6元/套
- 优惠价20元/套

实价28元/套，优惠价20元/套，邮寄费5.6元

特别推荐

风险管理画册

作者资历: 魏宏仁, 前平安总公司培训部老总, 具有23年中国台湾地区、中国内地寿险实战经验

适合对象: 2个月至2年业务员

本书效用: 如同有一个业务高手陪同新人展业, 使“主管放心新人开心”。建议公司每增一名新人奖励增员者一本风险管理画册, 可以帮助新人顺利通过见习期, 提高新人定着率, 进一步激发业务员的增员热情

风险管理

- 先建立关系、风险、理财意识, 再促成保险
- 包装许多理财 (P15)、健康 (P30)、职业 (P34) 的互动游戏, 让客户在轻松环境下意识风险, 自己说服自己买保险
- 操作指示页让新手不会紧张, 快速培训业务员正确销售流程
- 你不理财, 财不理你, 股票、房地产、投资生意、银行、国债等投资风险精辟分析

分红保险

- 您可以照本宣读商品起源、特色介绍、收益分析、促成话术
- 同业分红产品比较表

数字会说话

- 中国内地本土真实数据 41 个
- 医疗、意外、灾祸、儿童、妇女、养老、保险等 7 个目标市场起承转合话术

大病防治手册

- 大病真实案例, 举出每项大病要花多少钱、有多少罹患大病可能性、如何预防大病
- 与客户互动游戏、测试客户有多少大病因子 (P10)

节税方案

- 只要解决有钱人真正担心的问题, 卖出大额保单其实很容易, 怎样帮这些人做好专业理财节税规划? 可以节多少税呢? 如何包装起承转合

百家出版社出版

◇ 140 页全彩 + 高档幽默漫画 + 皮套 + 40 页赠客户彩页
每套实价 118 元, 邮寄费 5.6 元