

长颈鹿

漫画保险系列



谋 双 赢

西南财经大学出版社

漫画保险推销

MANHUABAOXIANTUOXIAO

● 何 纪 平 主 编
● 杨 海 娟 撰 文
● 杜 娟 绘 图



长颈鹿

漫画保险系列

谋求双赢

MANHUABAOXIANTUIXIAO

漫画保险推销

● 何纪平 主编
● 杨海 撰文
● 杜娟 绘图

西南财经大学出版社



书 名: 谋求双赢——漫画保险推销

主编: 何纪平

撰文: 杨 海

绘图: 杜 娟

责任编辑: 张纪亮

封面设计: 郭 川

郭海宁

版式设计: 张纪亮

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)7353785

印 刷: 四川机投气象印刷厂

发 行: 西南财经大学出版社

全国新华书店经销

开 本: 787 × 1092 1/24

印 张: 8.75

字 数: 50千字

版 次: 2000年4月第1版

印 次: 2000年4月第1次印刷

印 数: 1-8000册

定 价: 19.80元

ISBN 7-81055-605-3/F·497

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。

目 录

和平使者·····	2
可怜天下父母心·····	4
勤与诚·····	6
好风凭借力·····	8
热爱是成功的基石·····	10
心平气和·····	12
百炼成钢·····	14
打铁尚须自身硬·····	16
给自己打分·····	18
诱惑·····	20
不可小觑回访·····	22
陌生拜访·····	24
优质服务·····	26
拒绝·····	28

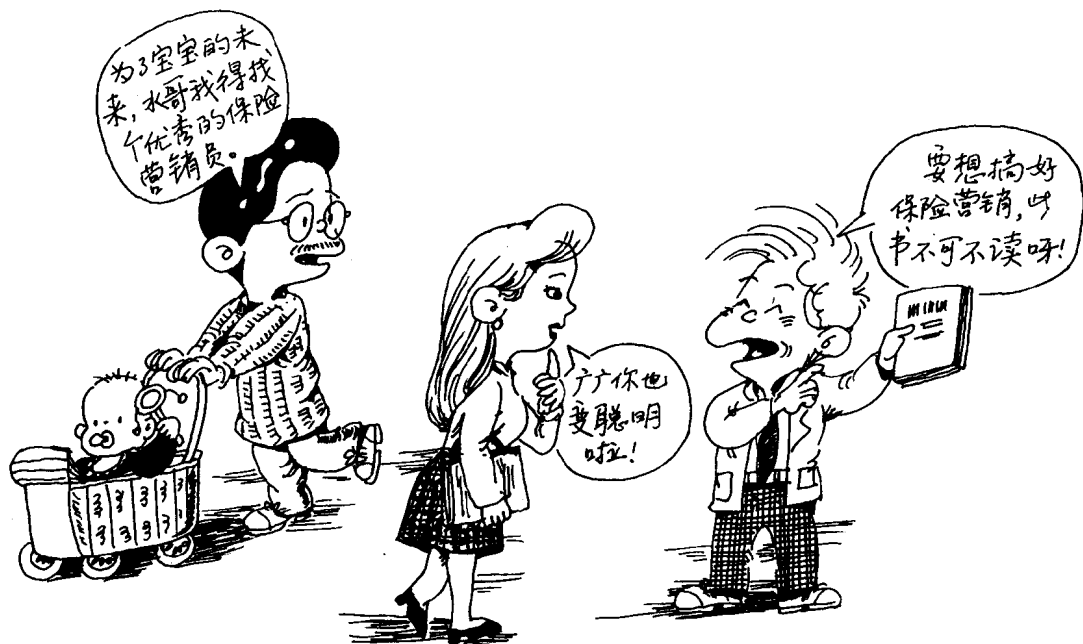
知己知彼.....	30
进退自如.....	32
时间意识.....	34
平常心.....	36
找准目标.....	38
展现个性.....	40
通行证.....	42
谈吐得体.....	44
广种法则.....	46
情绪调整.....	48
多些赞美.....	50
退佣误区.....	52
共同语言.....	54
一诺千金.....	56
彬彬有礼.....	58
假如我是客户.....	60
预约.....	62

发挥潜能·····	64
正反结合·····	66
售后服务·····	68
多听少说·····	70
从问候开始·····	72
处理纠纷·····	74
欲擒故纵·····	76
沟通技巧·····	78
营销低潮·····	80
说话艺术·····	82
主动出击·····	84
推销自己·····	86
交换名片·····	88
火眼金睛·····	90
业绩不是第一位·····	92
先做陌生人·····	94
客户在哪里·····	96
善于改扮·····	98
克服恐惧·····	100

观念训练·····	102
开场白·····	104
巧用幽默·····	106
旁敲侧击·····	108
投其所好·····	110
时间管理·····	112
第一印象·····	114
客户资料卡·····	116
以量取胜·····	118
软硬兼施·····	120
小礼物大妙用·····	122
克服紧张·····	124
说服每一个人·····	126
先入为主·····	128
握手·····	130
保险建议书·····	132
谈话态度·····	134

称呼·····	136
把握时机·····	138
行销箴言·····	140
用眼睛来推销·····	142
细节的魅力·····	144
学会倾听·····	146
因人制宜·····	148
中庸之道·····	150
宁可备而不用·····	152
中心人物·····	154
资格考试·····	156
代理合同·····	158
营销转型·····	160
理性营销·····	162
三思而行·····	164
有备无患·····	166
直意曲达·····	168
爱拼才会赢·····	170
你说我值多少钱?·····	172

客户害怕什么·····	174
全胜为上·····	176
“金金”计较·····	178
保险代理人 and 保险营销员·····	180
锲而不舍·····	182
营销日记·····	184
戒备心理·····	186
铲除压力·····	188
随机应变·····	190
知法懂法·····	192
保险代理·····	194
欲速则不达·····	196
周详计划·····	198
营销禁区·····	200
出版后记·····	202



和平使者

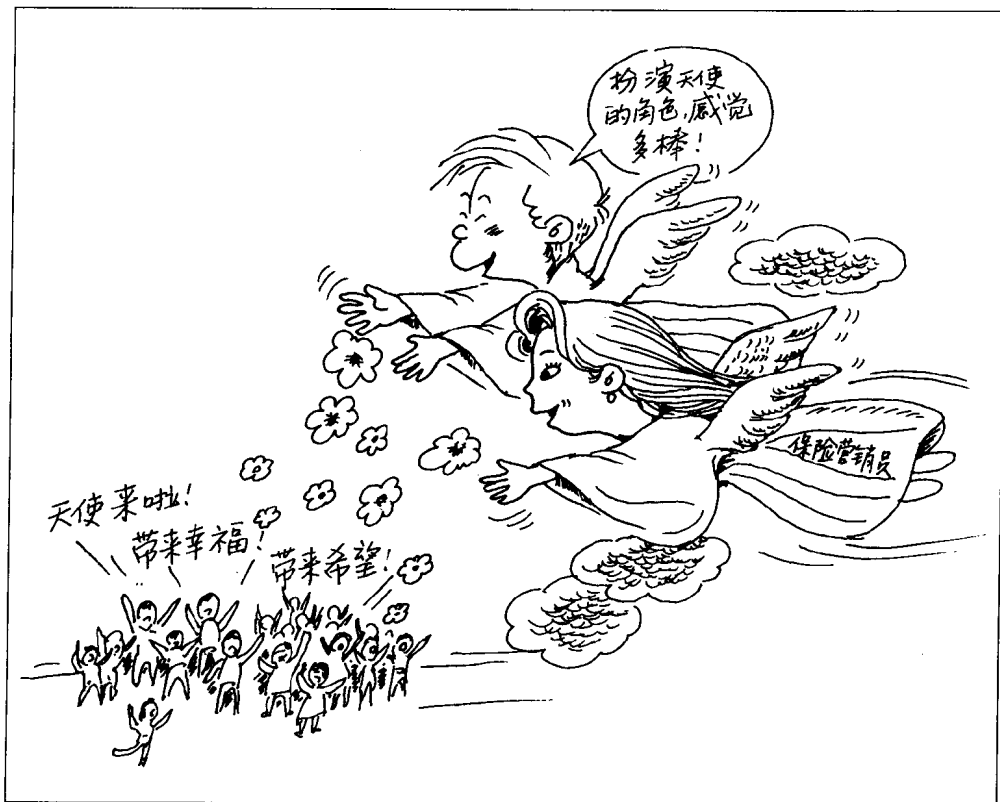
保险营销员推销的保险是一种可以感知的无形商品。漫漫人生，风险无处不在，无时不有。保险可以在您年老时定期为您送上一笔养老金；可以在您生病卧床不起时为您送上医疗费；可以在您不幸遭受意外伤害时给您带来雪中送炭的帮助与支持……

保险营销员从事的是一项播洒爱心的崇高事业。他们走街串巷，挥洒汗水，苦口婆心，为广大的家庭与个人送去了爱心和关怀，正如晴天送伞是为了应付雨季的来临，使我们能笑迎人生。

目前我国公众的保险意识不强，更需要营销员的辛勤工作。每当保险营销员成功地推销出一份保单，就可以说是让一个家庭或个人多了一位保护神，也充分体现了保户对自己和家人的责任感和爱心。

保险营销是一项播洒爱心的崇高事业，保险营销员是传递爱心与希望的和平使者。

 **长颈鹿漫画保险系列**



可怜天下父母心

在推销保险产品的过程中,也许你会遇到这样一种情况:有许多父母为孩子买了保险,但由于缺乏对保险的了解,使得自己的“爱心”最终无法让孩子享受。比如投保人寿保险时,被保险人与受益人有可能不一致,尤其是一方身故,会使被保险人与受益人完全剥离。而人们通常讲的“给孩子买保险”,实质上是以孩子为被保险人,而非受益人。许多客户根本不清楚被保险人与受益人之间的差异。一旦孩子在其成长期间父母的经济能力丧失,孩子的保费都没法缴付,如何给予孩子保障?所以,父母若真正想让孩子有保障,就应该为自己买保险,自己为被保险人,孩子为受益人。

所以,营销员在向客户推销寿险产品的时候,不能过多地考虑保单和保费,而应关心客户买何种保险更适合,更能得到保障。只要营销员能设身处地为客户着想,将个中利害关系向客户详加分析,那么营销业绩非但不会降低,反而会愈来愈好。



谋求双赢——漫画保险推销

勤 与 诚

有一位朋友,在某寿险公司做营销员。起初在做陌生拜访的时候,他跑得比谁都勤快,一天下来,少说也要拜访上十位客户。但由于他求“单”心切,只一味地希望凭借自己“三寸不烂之舌”去说服客户签单,结果,竟一无所“签”。

做陌生拜访勤快,自然是他的一大优点,也是寿险营销员最起码的条件。但他展业后毫无业绩的一个重要原因,就是他忽略了能起催化剂作用的“诚”。

“诚”即心诚,俗话说“心诚则灵”,保险营销员不仅要对自己的职业心诚,更要对陌生拜访的对象——客户心诚。因为寿险营销员从面对客户宣传到最后签单,一般不会一次就成功,其间还要经过无数次回访。不管最终是否促成签单,在回访时,保险营销员都需要有足够的耐心,更要有令客户备受感动的“诚心”。如果一次不行就两次三次四次,相信总有客户被感动的。

保险营销员若能正确认识“勤”与“诚”之间的关系,并能巧妙地运用到营销实践中去,定能收到意想不到的效果。



谋求双赢——漫画保险推销

好风凭借力

古诗云：“好风凭借力，送尔上青云”。保险营销员在展业时，若能养成良好的营销习惯，就能收到事半功倍的效果。具体应做到以下几点：

首先，应始终坚持有计划、有目的、分步骤地进行各项工作。这就要求营销员必须事先拟好每年每季度每月，甚至每周每天的工作流程图和时间安排表。工作中，严格遵照已拟定的计划，持之以恒地落实到日常工作中去。这样就能使营销活动进行得有条不紊。

其次，每天坚持写日记，作笔记。日记有助于你总结一天工作中的经验、感受及今后展业应注意的问题与事项等；笔记有助于你及时迅速地记录你所拜访的客户的一些情况，如客户姓名、单位、住址、联系电话等。这些都是有利于展业的信息，其最大作用是帮助你加强记忆，便于实施计划。将这些资料随时带在身上，会有助于将来的推销。

第三，要经常翻阅笔记，并且在展业前做完必要的检查工作。这个习惯能协助你分清工作范围、项目及对象，同时补充必备的资料样品。因为每次推销可能需要送一些资料、说明等给客户参考，如果因疏忽而忘了带，将影响展业效果。



长颈鹿漫画保险系列