

# 提问式营销

MARKETING

【中国式保险营销  
技巧和话术】

一本以提问式销售理念和方法，  
用保险业务精英们自己的语言写就的  
保险成交工具书。

张清源◎著



# 提问式营销

MARKETING

【中国式保险营销  
技巧和话术】



中国致公出版社

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

提问式行销：中国式保险行销技巧和话术/张清源著. —北京：中国致公出版社，2011.7

ISBN 978-7-5145-0090-5

I. ①提… II. ①张… III. ① 保险业务-市场营销-中国

IV. ①F842.4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第117333号

## 提问式行销：中国式保险行销技巧和话术

---

著 者：张清源

责任编辑：王 聪

---

出版发行：中国致公出版社

(北京市西城区德胜门东滨河路11号西门)

电话：66168543 邮编：100120)

经 销：全国新华书店

印 刷：大厂回族自治县彩虹印刷有限公司

印 数：1—8000册

---

开 本：787mm × 1092mm 1/16

印 张：18

字 数：180千字

版 次：2011年8月第1版 2011年8月第1次印刷

---

ISBN 978-7-5145-0090-5

定 价：36.00元

---

版权所有 翻印必究

# 序言

张清源

多年以前，当我开始从事销售的时候，就接触到了提问式行销，见证了提问式行销的神奇魅力，也收获到了提问式行销带来的丰硕成果。销售员提问的内容和形式远比说什么要重要得多。通过提问，销售员可以激发客户的好奇心，在客户心目中建立可信度，使客户主动参与到销售当中；通过调整提问的范围来建立关系，逐步提升提问的重点来提高销售的价值；通过调整提问的倾向性来获得更多、更真实的客户反馈的信息；而且还可以通过提问发掘客户购买动机，进而深入发掘客户的需求，满足客户的需求。提问式行销的理论基础是销售人员“问什么”和“怎么问”。“问什么”的重点在于问的内容，“怎么问”的

重点在于问的方式。做好提问式行销也很简单，知道以什么样的方式问什么内容即可。提问式行销需要遵循以下几个关键步骤：

- ①发现客户存在的问题。
- ②分析这些问题的大小。
- ③帮助客户下决心解决存在的问题。
- ④建立对解决方案的认识。
- ⑤建立解决问题的标准。
- ⑥辅导客户选择解决方案。
- ⑦客户成交。

在提问式行销中最为人称道的可能要数SPIN提问式销售。SPIN提问式销售其实就是情景(Sceneational)、问题(Problem)、暗示(Implication)、需要回报(Need-Payoff)四个英语词组的首位字母合成词，SPIN提问式行销最主要的精神在于满足客户的需求，也就是说行销人员应充分运用发问的技巧，利用情景性问题(Situation Questions)来建立客户的资料库。问情景性问题可以了解客户可能存在的不满和问题，客户不可能主动告诉销售人员他有什么不满或者问题，只有借由问客户合适的问题才能探寻到客户存在哪些困难，然后才能把自己产品的功能、优点推介给客户。

难题性问题(Problems Questions)就是针对客户现在的困难和不满而提的问题。在销售中，你所提的难题性问题越多，客户对自己的困难和不满就会越强烈，就越有



可能购买新的产品。

隐喻性问题（Implication Questions）使客户了解隐藏性需求的重要性与紧迫性，让客户产生明确的需求，让客户想象一下现有问题将带来的后果，只有这样，客户才会觉得问题已经非常紧迫，才会想着去解决问题。如此，客户的隐藏需求就会转化成明显需求，也只有当客户愿意付诸行动去解决问题时，才会有兴趣询问你的产品。

解决性问题(To Solve problems)的目的是让客户把注意力从问题转移到解决方案上，并且让客户感觉到这种解决方案将给他带来的好处。把客户的情绪由对现有问题的悲观转化成积极的、对新产品的渴望和憧憬，这对客户来说是最有价值的问题。这类问题会让客户感受到产品或服务的价值以及购买利益，引起购买欲望和冲动，最终达到成交的目的。

问问题的好处无处不在，潜能大师安东尼·罗宾说，问问题有三种神奇功效：第一，问问题能立即扭转一个人的意愿，进而影响其内心的感受；第二，问问题能使我们重新注意所忽视的事情；第三，问问题可以发掘出可用的资源。难怪有人说，成功如此简单，就是问正确的问题。向自己提一些好的问题，可以帮助自己朝着正确的方向思考，帮助自己专注于最重要的事情上。向别人问一些好的问题，可以了解他们的想法、感受、困惑或是难题。对于销售而言，问问题的好处更是显而易见的，问问题可以引导与客户谈话的方向，发掘客户的潜在需求，增强自己的说服力和影响力等等。

在我多年与一线保险营销人员的交流和沟通中，我发现，那些优秀的保险营销人员都是问问题高手，他们在约见客户时用问问题的方式让客户不得不答应约见；他们在拜访客户时用问问题的方式引起客户的兴趣，建立友好的客户关系；他们在成交的关键时候用问问题的方式促使客户迅速做出购买的决定。他们懂得在什么样的场合面对什么样的客户以最好的方式问最好的问题，他们精于提问式行销，他们的业绩往往也是惊人的好。

在这几年的培训工作当中，我与他们一起成长，分享他们的快乐和忧伤，分享他们的成功和失败。我与他们分享我对这个行业十几年来的心得和感悟、经验和教训，演绎自己验证过的保险营销方法和策略。在台上，我被他们尊称为老师，其实在台下，他们才是我的老师。他们每个人都是那么的优秀，他们用自己的智慧谱写出一首首壮美的诗歌。

在风起云涌的保险市场，在新人倍出的营销一线，我能感受到他们的压力，能感受到他们在这种压力下的坚强和执著。看着他们在一线市场打拼的身影，在为客户服务时的真诚，在闲暇时手捧图书学习的丽影，在奔赴会场听演讲的情影，我心中的崇敬之心油然而生。

每当看到这些，我就暗下决心，我一定要以最饱满的激情，最有用的资讯，最实用的方法，最好的工作状态，为这群我心目中的英雄做好服务。这些年，我都是这样做的，事实上，我也做到了。我感谢千千万万的保险从业人员，是你们给予了我舞台，是你们在我的生命中增添色

彩，谢谢你们。

我们很多保险营销人员其实是热爱读书的，只是他们希望读到适合他们，为他们这个特殊的行业而写的书，站在他们的角度，用他们的语言，写出他们的酸甜苦辣，写出他们的心声和渴望，带给他们简单有效并能做得到的保险营销方法和策略。希望本书不会辜负广大保险营销人员的期望，希望你们所花的时间将产生十倍的效益，祝福你们。



# 目 录

## 第一章 提问式行销

提问之前，先建立关系	/ 3
销售之前，先收集信息	/ 6
客户需求与提问式行销	/ 10
好奇心与提问式行销	/ 13
成交与提问式行销	/ 15
利用客户的回答来提问	/ 18

## 第二章 开场白技巧和话术

第一印象效应与开场白	/ 23
“创造兴趣”开场白话术	/ 26
“赞美”开场白话术	/ 31

“第三人”开场白话术	/ 37
“请教”开场白话术	/ 40
“塑造责任感”开场白话术	/ 42
“贩卖不同”开场白话术	/ 45
开场白中如何介绍自己	/ 47
直邮营销	/ 49

### 第三章 说服技巧和话术

消除客户的购买风险心理	/ 55
互惠心理成交技巧	/ 60
给客户信服的理由	/ 64
“证明”说服话术	/ 67
如何利用图案达到说服的目的	/ 70
“比喻”说服话术	/ 72
“电梯”说服话术	/ 76
小故事成交技巧	/ 78
“情感诉求”说服话术	/ 81
“催眠”说服话术	/ 83
“人性化语言”说服话术	/ 87
如何说服老板为企业核心员工投保	/ 92
“出其不意”说服话术	/ 95
“给予痛苦”说服话术	/ 98
“重复”说服话术	/ 102

悲情成交技巧	/ 107
卖的不是保险而是一份关爱	/ 109
假设成交话术	/ 111
促成成交话术	/ 113
如何挽救失败的销售	/ 116
成交的最佳时机	/ 123
保单追促函	/ 126

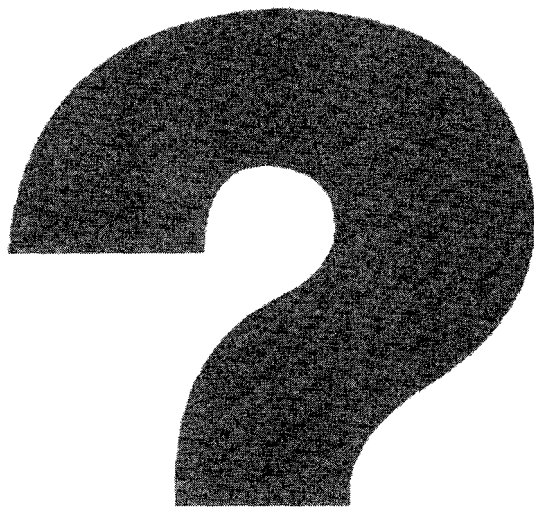
#### 第四章 处理拒绝技巧和话术

如何面对客户的拒绝	/ 131
如何通过讲故事处理客户的反对意见	/ 135
如何利用周围的事物作为拒绝处理题材	/ 139
如何活用已成交的案例处理客户的拒绝	/ 143
如何处理优柔寡断的客户的反对意见	/ 145
如何处理向销售员要回扣的拒绝话术	/ 147
如何处理“我对保险没有兴趣”的拒绝话术	/ 150
如何处理“先把资料递过来吧”的拒绝话术	/ 153
如何处理“考虑看看”的拒绝话术	/ 157
如何处理“现在没空，改天再谈”的拒绝话术	/ 162
如何处理“保险没用”的拒绝话术	/ 167
如何处理“我还没考虑过买保险”的拒绝话术	/ 170
如何处理“保险都是骗人的”的拒绝话术	/ 172



- 如何处理“我不需要买保险”的拒绝话术 / 176
- 如何处理“生死由命，富贵在天，买什么保险”  
的拒绝话术 / 182
- 如何处理“没钱买保险”的拒绝话术 / 183
- 如何处理“我有儿女，不需要买保险”的拒绝话术 / 194
- 如何处理“我有债务要还，等还清了再说”的拒绝话术 / 196
- 如何处理“保险不吉利”的拒绝话术 / 197
- 如何处理“我朋友说保险不能买”的拒绝话术 / 201
- 如何处理“买保险划不来”的拒绝话术 / 204
- 如何处理“买保险最傻了，钱都给保险公司赚去了”  
的拒绝话术 / 208
- 如何处理“我不愿意死后钱给别人拿”的拒绝话术 / 211
- 如何处理“我已经投保了”的拒绝话术 / 214
- 如何处理“我已经给孩子买保险，大人就没必要买了”  
的拒绝话术 / 220
- 如何处理“投资比买保险强”的拒绝话术 / 223
- 如何处理“钱会贬值，买保险不值得”的拒绝话术 / 227
- 如何处理“我宁可把钱存到银行”的拒绝话术 / 231
- 如何处理“我有足够的钱，无需再买保险”的拒绝话术 / 234
- 如何处理“等我老一点儿再买”的拒绝话术 / 236
- 如何处理“等老李买了我再买”的拒绝话术 / 238
- 如何处理“太太不答应或者先生不肯签字投保”  
的拒绝话术 / 240
- 如何处理“以前的人没有保险，我何必买”的拒绝话术 / 245

如何处理“保险期太长了”的拒绝话术	/ 247
如何处理“保费太贵了”的拒绝话术	/ 249
如何处理“我和别家公司产品比较后再决定”的拒绝话术	/ 253
如何处理“要买，我也会向朋友买”的拒绝话术	/ 256
如何处理“保险业务员离职怎么办”的拒绝话术	/ 263
如何用信函处理客户的拒绝	/ 266



· 第一章 ·

# 提问式行销

---

销售是把产品卖好；行销是让产品变得好卖；  
提问式行销是既把产品卖好，也让产品变得好卖。

——题记





## 提问之前，先建立关系

顾客或潜在客户往往不情愿与一个他不了解的人，尤其是销售员一起分享自己的思想、感受和顾虑。想一想，如果一个销售员打来电话说：“你好，客户先生，我叫某某，是某某保险公司的业务员。请问你下一个五年的财务计划和目标是什么？”你会怎么回答？可能有的人会据实回答，但大多数人不会，他们可能会说：“你没有权力这么问我。”然后挂断电话。

除非关系已经建立，否则大多数人都不愿意与陌生人，尤其是销售员坦诚相待。

销售员自己也不愿意接听一个冷冰冰的销售电话，更别说耐心弄清楚对方到底要干什么了。

你完全可以设想，潜在客户也是这样。像我们一样，他们有比接听销售电话更重要的事情要做，也不想与每一个打来电话的销售员建立关系，所以，客户是谨慎、冷淡和犹豫的，尤其面临大堆开放性提问的时候更是如此。



提问销售法中，关系无疑是非常重要的。销售员要想成功地与客户建立关系，离不开客户的积极参与。提问销售法的关注点不是贸然提出客户参与要求，而是通过建立信任度，促使客户希望参与。没有信任，你不可能拥有任何真正有建设性的关系。会有人想要与一个自己认为不可信的人发展关系吗？不会！反过来同样如此，你在客户心目中的职业信用度越高，客户参与的愿望就越强。

要求客户对自己不了解、不信任的人开放是很难的，即使是经过评估的、有着迫切需求和行动欲望的客户也是如此。结果销售员的处境非常尴尬：一方面客户因还没有建立起值得信赖的关系而不愿意参与有意义的会谈；另一方面，除非客户愿意参与有意义的会谈，否则销售员无法建立值得信赖的关系。

建立有效关系的关键是建立信任度。信任是建立任何一种关系的前提条件。

### 移情换位拉近感情

当客户面临不同选择的压力的时候，他不需要被推进。他需要的是能够领会决定的挑战，而不是仅关注销售状况的人。你显示这种情感支持的能力将把你和客户联系起来，达成更多的销售。这里是一些问题的样本，销售员可以以此来运用移情。

销售员：“我知道这个很难决定。我能做点什么吗？”

“显然你已经想了很长时间了，仍然很难决定。如果……你会感觉更好吗？”