

王旭君 著

中国第一部推行“保险白话文”和“售后服务约定”的大众读物

剩者为王

——献给“中国式保险代理人”

- 让十三亿中国大众轻松了解保险
- 让百万保险代理人学会专业行销



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

利者为王

——献给“中国式保险代理人”

王旭君 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目(CIP)数据

剩者为王——献给“中国式保险代理人”/王旭君著. —北京:中国经济出版社,
2007. 1

ISBN 978-7-5017-7838-6

I. 剩… II. 王… III. 保险—代理(经济)—中国 IV. F842.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 129594 号

出版发行:中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑:张玲玲(电话:010-68308643 e-mail:zll2200@yahoo.com.cn)

责任印制:张江虹

封面设计:苏 萌

经 销:各地新华书店

承 印:北京市地矿印刷厂

开 本:787mm×960mm 1/16

印张:14 字数:230千字

版 次:2007年1月第1版

印次:2007年1月第1次印刷

印 数:8000册

书 号:ISBN 978-7-5017-7838-6/F·6842

定价:30.00元

版权所有 盗版必究

举报电话:68359418 68319282

我为什么写这本书

资料显示：保险业位居世界“未来十大热门行业”榜首，中国保险业在未来 50 年内将一直是中国的朝阳产业，在这样的行业里，却有大量从业人员收入低微，为什么？

事实上，人们所说的“保险是骗人的”并非空穴来风，而保险本身不会骗人，保险公司不会骗人，保险代理人是传播爱的天使，到底是谁在骗人？

为什么保险代理人在很多场合出现时，人们（懂得保险知识和受益于保险的人除外）会本能地进行排斥。

人们的直觉从来就不是：天使来啦！为什么？

若问大众，一定有人说自己被保险代理人给“忽悠”了，自己买的保险根本没有用！而与此同时，也一定有人说如果没有保险，自己的一家人不知道会过得多么悲惨，记得自己接过保险公司的理赔款的时候，曾跪倒在保险公司的理赔大厅……也一定有人说，如果没参加健康保险，看病都看不起啊！同样会有人说，正因为自己参加了保险才有了三百万身价，才可以走到哪里都没有后顾之忧……

若问保险代理人，谁都会说自己很诚信，从来不“忽悠”！有的代理人敢拍着胸脯说，经自己的双手送到客户手里的理财规划，没有一张不是最专业最完善可以实现客户利益最大化的！而有的保险代理人，也会心虚气短地说自己不过就是有点不专业罢了，不过就是想赚点钱罢了。

很清楚，问题就出在这里。

本书声明：推销保险，诚信的基础是专业。

不专业，绝对谈不上诚信。

但本书决不仅仅是为了向大家声明什么，光声明没有意义。

当大量保险代理人“把一堆又生又涩的小苹果蛋儿当成又甜又脆的大苹果卖给客户”的时候，本书提醒大家：当客户拿出固定年收入的 20% 用来缴纳保费，得到一份专业的保险计划，与得到一份既不专业也不完善的理财规划或保障计划，是不一样的。

但本书也不仅仅是为了提醒大家，光提醒也没有意义。

问题的结果很显然，代理人的不专业，是导致客户利益受损的直接原因。

在这个过程中，我们看到了两种“险盲”（请原谅我称大家为险盲，这里所说的险盲没有任何褒贬之意，只是泛指缺乏保险知识和保险意识的大众，参加保险只会“盲买”；或不精通保险专业

的保险代理人,推销保险只会“盲卖”。

客户盲目购买保险是“盲买”的险盲,代理人盲目推销保险同样是“盲卖”的险盲。代理人盲卖,客户盲买。两种险盲,给原本绿色的保险蒙上了挥之不去的灰色!

对于客户利益受损这件事,保险知识匮乏的客户往往会一直被蒙在鼓里(如果保险所保的“万一”没有降临),而保险代理人往往会采取稀里糊涂、麻木不仁的态度。只有市场不糊涂。市场会明察秋毫地判“盲卖”保险代理人一个“过失骗人”罪,市场会公平公正地警示人们——当心!

于是,即使是超级专业的保险代理人,只要推销保险,就要先过一道“我不是骗子我是天使”的难关。过了关,才有资格谈保险;没过去,就统统被拒之门外!

由于“日本平均每人手里有七张保单,而我国每七人手里才有一张保单”,所以中国大众的保险意识严重淡薄,保险知识严重匮乏!

在这种情况下,大量“盲卖”型保险代理人不但没给大众“扫盲”,反倒把原本绿色的生态的健康的事物蒙上了令人望而生畏的灰色。

保险是无形的产品,只有相信了才会看到。但我们不能指望人人都受益于保险之后再让人人都相信保险。这是不现实的。

我们能看到的结果只是:当保险代理人被人们拒之门外的时候,是中国保险业的损失,更是中国大众的损失!

本书同样不仅仅为了说出这样的结果,光说结果没有意义!

本书要向所有正在“盲卖”的保险代理人强烈呼吁:

苹果,熟了再摘!

保险,专业了再“卖”!

本书要向所有“险盲”大众强烈呼吁:

买苹果,会辨生熟!

参加保险,懂得功用!

当然,本书不仅仅是为了呼吁,光在这里大声呼吁没有意义!

“买保险,我被人给忽悠了!给骗了!”

“卖保险,我整整卖了十年,我整整骗了十年!太累了。”

这样的话不需要说出来,多说无益:对你无益,对大众无益,对中国保险业无益!

苹果成熟,需要时间。而让中国大众了解保险、看懂保险,却不需要等待。而等“盲卖”的保险代理人全都专业起来,还绿色保险本色,更不需要“三年泥泞路”、“三年石板路”的“折腾”。

无论你是大众百姓,还是保险代理人,只要你拿出一点点时间来读一读本书,就可以随我一起走进保险……

本书不关心所有以“雷打不动的职业操守、固若金汤的职业习惯”永远捍卫绿色保险本色的专业明星们！他们是保险代理人的楷模！他们撑起了民族保险的蓝天！本书在衷心感谢他们的同时，全情关注以下三种险盲——

第一，盲卖保险的险盲。

请各位从现在开始，通过书中所述的“哑巴促成法”让自己立竿见影地“专业”起来，目的是，从此送给所有客户的，都将是一张“绿色保险计划”。还绿色保险本色是各位的职责所在。

第二，盲买保险的险盲。

请各位拿出一点点时间随我“走进保险”，通过浏览本书，轻松判断自己所拥有的保险计划是否专业，是否完善。如果您的计划是“盲买”、“盲卖”的“成果”，请您及早通过保险公司的“保全”业务，让自己的计划重新变专业完善的“绿色保险计划”。

第三，所有保险知识匮乏、保险意识淡薄的大众险盲。

2006年6月26日，国务院颁布的《国务院关于保险改革发展的若干意见》明确指出，要将保险教育纳入中小学课程，普及保险知识，提高全民风险和保险意识。那么，大众百姓将如何用最直接、最客观、最有效、最快捷的方式了解保险，通过向保险代理人索要一张“保险白话文”，确保自己的家庭真正拥有“绿色保险计划”？

很简单，只要茶余饭后拿出一点点时间，随“牛小丫”一起走进保险，看看保险是怎么买的，怎么卖的，别人应该怎么卖，自己应该怎么买。轻轻松松，您将不但不再是“险盲”，而且您对“保险的事”一定也能了如指掌，您对自己是否应该拥有保险、如何拥有保险，同样会有心明眼亮的认识。

我不想用“责任心”、“使命感”来表述我为什么写这本书，我只想说：保险是绿色的，是责任，是爱心。随着社会的进步，科技的发展，保险的意义和功用，从体现人们的互助精神发展成为今天的“社会和谐稳定的平衡器”，是个人、家庭、社会从来就不该离开的伟大发明。这正是“保险业位居世界未来十大热门行业榜首，中国保险业在未來50年内将一直是中国的朝阳产业”的真正原因。

本书宗旨：让所有在中国从事保险推销工作的朋友，都能通过绿色保险计划，在潜力无限、发展无限的中国保险蓝天中迅速起飞！让十几亿中国百姓都能在绿色保险计划中享受后顾之忧的人生！

谨以此书献给所有保险的“盲买者”和“盲卖者”！

王旭君

2006年11月7日

给中国大众

☆大众被骗的 N 种可能：

拿保险当钱赚——

我以为代理人说，我到 50 岁不死就给我 80 万元，所以这个保险我就买了！谁知道只有到 50 岁死了才给 80 万元……

情感上的砝码——

我迷恋保险代理人那挡不住的魅力，我只做了一个签合同的动作，我对保了什么一概不知……

典型的“险盲”——

我听代理人说得明明白白，我一看那保险合同就头疼；我明明买了保险，可是住院了保险公司却不给报销费用；我辩论不过代理人，我磨不开面子，我不懂装懂，我明知道保险代理人顺水推舟也只能由他去……

★规避 N 种被骗可能，只需一种方法：

向保险代理人索要正规“保险白话文”和“售后服务约定”，请代理人亲笔签名。
一切 OK！

给保险代理人、新人和加盟者

这是一个可以让80%从业人员从“零”开始的“起飞”计划，为“零者”们奠定了三层基础、双重保障。

第一层基础——揭开涉及目前保险行业以及从业人员的各种“功绩”、“劣迹”、“闪光点”、“实质”……

让加盟者避免误入歧途！

让新人避免将错就错！

让老人避免一错再错！

让大家心明眼亮地找到“飞”的起点，运用“飞”的方法，直奔“飞”的目标。

第二层基础——“阳光心灵、诚信意识、理念空间、专业态度”的建立，是在读书的全过程中自然而然建立起来的。

第三层基础——书中囊括了“哑巴促成”所需要的所有相关修炼。读者翻开书就可以找到相关帮助。

双重保障之一，是本书的第一个核心——使用“白话文”进行“哑巴促成”。

双重保障之二，是本书的第二个核心——不能独立完成时可以借力而行。

本书将让“80”代理人的“80”二字发生蜕变，由“代表业绩不佳的人群”，变为“代表拥有财富的总量”，切实解决保险代理人的八大问题：

☆代理人如何用不专业的头脑解决专业的问题

★代理人如何用专业头脑解决专业问题

☆代理人如何快速提高收入

★“80”代理人如何专业

☆新人如何不“嫁”错

★新人如何找到成功起点

☆没“嫁”错的新人如何迅速成功

★已经“嫁”错的新人又将如何走向成功

目 录

我为什么写这本书	①
中国式如实告知——给中国大众	④
中国式如实告知——给保险代理人、新人和加盟者	⑤

第一部分 献给老人、新人和大众

第一章 专业行销与“卖白菜”	3
----------------------	---

牛小丫说事儿——“80”代理人的优势和劣势 / 3

牛小丫说事儿——推销保险的相关基础 / 10

第二章 客户凭感觉“有约必赴”	17
-----------------------	----

牛小丫说事儿——预约是为了满足自己的需求 / 17

1. 约访熟人的熟人 / 17

2. 约访熟人 / 18

3. 约访陌生人 / 18

4. 约访所有的人 / 19

第三章 确认客户的保险需求 21

牛小丫说事儿——面谈是为了确认客户的需求 / 22

1. 与亿万富翁沟通需求 / 22
2. 与捡破烂的男人沟通需求 / 26
3. 与熟人的熟人沟通需求 / 27
4. 与熟人沟通需求 / 31
5. 与陌生人沟通需求 / 35

第四章 如何使用“白话文” 39

牛小丫说事儿——“促成”是为了满足客户的需求 / 40

1. 什么是“促成” / 40
2. “白话文”概述 / 40
3. 对熟人的熟人进行促成 / 42
4. 对熟人的促成 / 43
5. 对陌生人的促成 / 45

第五章 售后服务的附加值 48

牛小丫说事儿——售后服务的附加值 / 49

1. 为客户代笔的一封信 / 49
2. 售后服务约定 / 50

第六章 哑巴促成法 54

牛小丫说事儿——发现 / 55

牛小丫说事儿——策划 / 56

第七章 独立与借力 66

牛小丫说事儿——诚信与欺诈 / 67

牛小丫说事儿——诚信与专业 / 68

牛小丫说事儿——借力而行 / 72

牛小丫说事儿——再次强调“哑巴促成法” / 73

第八章 理念、产品和理由 75

牛小丫说事儿——关于理念 / 76

1. 几段“种辞” / 77

2. 几句“种辞” / 78

3. “种辞”播种案例 / 79

4. 请将更多的经典案例记录下来 / 81

牛小丫说事儿——产品 / 81

1. 产品的形式与客户的需求 / 81

2. 产品推介的三个过程：意向、设计、说明 / 82

3. 产品设计思路 / 83

4. 常用单一产品和组合产品描述 / 84

5. 重要说明 / 85

牛小丫说事儿——购买保险的理由 / 85

第九章 保险与客户连接的纽带 90

牛小丫说事儿——养老险的功用 / 91

牛小丫说事儿——关于养老产品达成 / 94

1. 客户危机感的建立 / 94
 2. 产品与客户之间的纽带 / 97
 3. 避免接受后的拒绝 / 98
- 牛小丫说事儿——关于健康险的需求 / 99
- 牛小丫说事儿——健康险选择范围 / 101
- 牛小丫说事儿——健康险的设计 / 101
- 牛小丫说事儿——意外险的全部内涵 / 103

第十章 需求与满足 104

- 牛小丫说事儿——风险告知与风险管理 / 104
- 牛小丫说事儿——“满足客户需求”与“满足自己需求” / 106

第二部分 献给新人、增员人和大众

第一章 新人与隐型契约 111

- 牛小丫说事儿——中介型增员人与教练型增员人 / 112

第二章 保险代理人的风险与投入 115

- 牛小丫说事儿——招聘说明 / 115

第三章 保险代理人培训 122

- 牛小丫说事儿——关于做人 / 122
- 牛小丫说事儿——关于激励 / 125

牛小丫说事儿——关于洗脑 / 127

牛小丫说事儿——关于心态 / 131

牛小丫说事儿——关于悟性 / 135

牛小丫说事儿——关于学习 / 139

第四章 保险代理人与话术 142

牛小丫说事儿——格式自己与格式客户 / 143

第五章 保险代理人与拒绝 148

牛小丫说事儿——客户不是上帝 / 150

第六章 游戏、专业和服务 153

牛小丫说事儿——您说我说得对吗？ / 154

牛小丫说事儿——中国不像日本 / 160

牛小丫说事儿——关于老客户的力度 / 167

第七章 保险代理人与保险代理人 173

牛小丫说事儿——地毯式轰炸 / 173

第八章 保险代理人的魅力指数 179

牛小丫说事儿——社交与苦行僧的工作 / 179

第九章 保险代理人与展业工具 186

牛小丫说事儿——流动状态的增值空间 / 187

第十章 谁是真正的剩者 196

牛小丫说事儿——保险公司永远明媚的阳光 / 196

本书常用术语注解 206

后记 我与保险 207

如何用阳光心灵从事阳光事业
如何用专业头脑解决专业问题

A black and white silhouette illustration of a man and a woman in business attire shaking hands. They are standing on a wide staircase that ascends from the bottom left towards the right. The man is on the left, holding a briefcase, and the woman is on the right, also holding a briefcase. The background is plain white.

第一部分
献给老人、新人和大众

中国保险业的春天到了！

国内各大保险公司被业内人称为“慈善机构”的也好，称为“商人”的也好，称为“政客”的也好……日前全都不敢怠慢地掀起了“增员热”，展开了“抢人大战”。

于是，保险从业新增人员的数量开始狂增不止！就连国内某家大保险公司的一个二级机构，每周也要有几十人，甚至上百人加入到这个行业里来。

虽然验证保险公司实力的唯一参数，是公司客户拥有量的多少，或者说是公司所收保费的多少，但“从业人员数量的多少同样证明保险公司实力”的说法也不无道理。

保险公司“见人就抢”是为了竞争，不是因为人人都好。

抢来的人，可以走向专业的，留下！不行的，走人！

今年不行今年走，明年不行明年走！本月不行本月走，下月不行下月走！

你不用担心你的客户怎么办，更不必心疼你的续期佣金还有多少，也不用为曾经拥有客户的艰难而伤感，你不用说你多么热爱这个行业，也不用说你多么需要这份工作，更不用表白你是多么的一直都在努力工作……这些统统都是废话！这个行业的挑战性就在于，你行，你前途无量！你不行，你以往所做的一切都将归零！你的客户群，你的业绩，你的个人资料……全部归零！你可能说你的经验是不会归零的，你说的不错，但这不足以成为你逃避“脱落”的理由，因为你的经验导致了你的失败。

这个行业的无穷魅力，还在于行业所推行的“竞争、激励、淘汰”机制。在激烈的竞争中，20%的代理人完成了80%以上的保险业绩，他们的生命价值得到了光彩体现——社会地位、人格尊严、高收入水平！在激烈的竞争中，中国的保险行业同时诞生了为数众多的“‘80’代理人”——业绩提升困难的老人和茫然不知所措的新人。

“80”代理人在这个行业里只能艰难“维持”。

保险推销行业，是一个完全靠自己管理自己、自己给自己当老板的行业，是一个自律性要求极强的行业。所以，保险代理人出现“贫富两极分化”的原因很简单，只在于你是不是已经找到一个能使自己成功推销保险的专业方法！

这个专业方法找到并且拥有了，你就是领跑者、跟进者。这个专业方法没找到没拥有，你就是维持者、脱落者！就这么简单！

中国的保险市场，从来就是一块巨大的蛋糕，在没人跟我们抢夺蛋糕的日子里，我们尚且没有更好的方法去充分拥有，如今群雄四起，直奔蛋糕而来……我们又该怎么办？

是像《遇见未来》“生，是为了证明爱存在的痕迹；杀，是为了歌颂破灭前的壮丽……”一样让自己听天由命，还是听营业部经理踩着脚地痛心高呼“趁现在！赶紧赚点钱吧”！是让自己作最后的挣扎，还是在“山雨欲来”的紧迫感中让自己提心吊胆地严防死守到“胜利脱落”的那一天？

统统不必！请让我说句公道话——中国的保险市场，已步入“专业化行销”的行业大道，这是行业发展的必然，是好事，是中国保险市场走向规范化的具体表现。

保险市场的规范化，势必让人们所形容的代理人的“三水”、“三厚”……永远成为过去，取而代之的是“专业”二字。

第一章 专业行销与“卖白菜”

本章通过“晨会”描写，阐明“80”代理人快速提升业绩的必然性，提出“80”代理人快速提升业绩“必须”提前了解的几个相关要点。

一天，一位大姐模样的“80”代理人说：卖保险不用受累，不就是找人说话儿吗？碰上一个有缘分的，就能赚到几百上千元！和卖白菜比，我还是愿意卖保险！

听了大姐这番话，专业代理人忍俊不禁地笑了。“80”代理人觉得奇怪——有什么好笑的？这话说得多实在啊！

此情此景，我想跟大家说句公道话——

推销保险，绝对不是“卖白菜”！

但推销保险若想成功，也实在没有什么神秘！

无非要求代理人做到两点：一个是专业，一个是诚信。

中国目前的保险市场，不会拒绝任何一位保险代理人化谋生为干事业。

牛小丫说事儿——

“80”代理人的优势和劣势

营业部晨会的主持人是有使命感的。

主持晨会的目的是给大家带来激励，给大家带来展业灵感，让大家在“竞争、激励、淘汰”的空气里呼吸。

寿险永远是归零的事业。无论你在昨天是失败的，还是成功的，今天早晨都要站在同一起跑线上，大家机会均等。

但谁都知道，每个人把握机会的能力是各不相同的。比如今天，大家一起早出晚归，有的人会满载着收获回来，有的人却两手空空。

“问候一声，大家好！”