

保险推销必读系列

保险推销圣经

——成功推销的方法和技巧



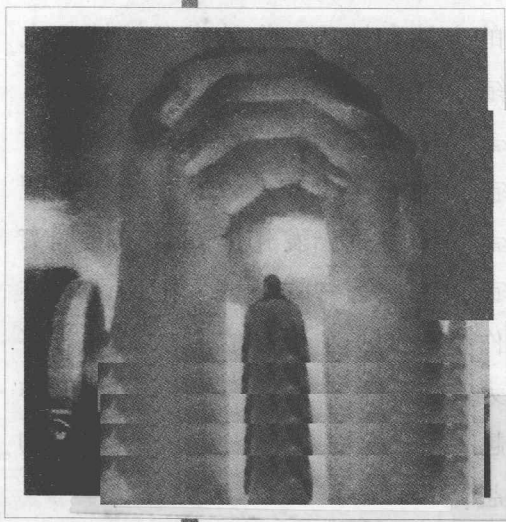
景 清 著
广州出版社

保 险 推 销 必 读 系 列

保险推销圣经

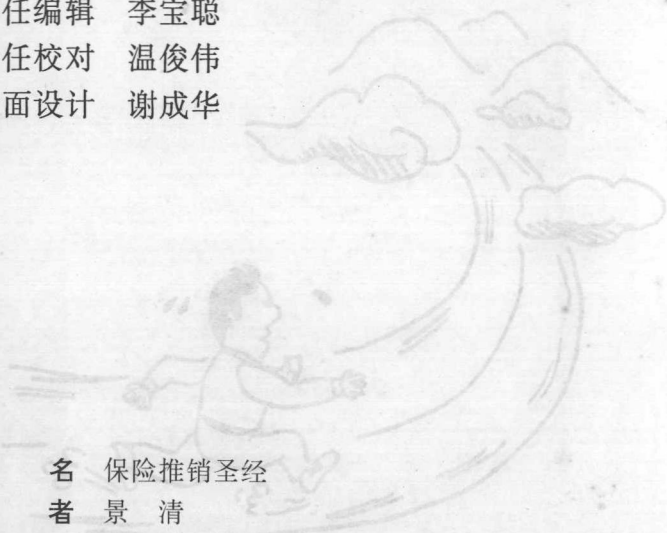
——保险推销的方法和技巧

景清 著



广州出版社

策 划 韩小峰
责任编辑 李宝聪
责任校对 温俊伟
封面设计 谢成华



书 名 保险推销圣经
作 者 景 清
出版发行 广州出版社(广州市东风中路 503 号 邮编:510045)
印 刷 广东番禺市官桥彩色印刷厂(广东省番禺市石楼官桥村)
规 格 787 毫米×1092 毫米 32 开本 7.625 印张
字 数 164 千
版 次 1998 年 9 月第 1 版
印 次 1998 年 9 月第 1 次
印 数 1—10000 册
书 号 ISBN 7—80592—864—9/F·104
定 价 11.50 元

(如发现印装质量问题,影响阅读,请与承印厂联系调换)

内容提要

本书从消费者消费心理入手，系统地介绍保险推销的方法。重点讲述了保险推销员的素质要求，分析了顾客之所以买保险或不买保险的客观原因和心理原因，详细介绍了保险商品和保险推销的特殊性和特别要求及成功地进行保险推销的方法和技巧。作为本书的特色之一，结合中国的国情及保险商品的特点，书中对消费者的消费心理及其对消费行为的影响也作了比较系统的介绍，期望读者能从中得到启发和提高，在推销实践中更能把握客户的心理，把自己的推销工作提升到一个更高的层次。本书将是广大的保险推销员或对保险推销工作有兴趣、有志于成为保险推销员人士的良好朋友。

目 录

第一章 林子大了,什么鸟都有	(1)
——你买保险了吗?	
排队买保险	(2)
谢绝保险推销	(9)
第二章 其实你不懂我的心	(17)
——消费心理探析	
设身处地揣摩顾客心理	(18)
购买即需求	(20)
购买动机因人而异	(25)
购买过程的心理活动	(31)
个性与消费心理	(38)
群体与消费心理	(45)
家庭与消费心理	(47)
环境与消费心理	(49)
商品自身因素与消费心理	(53)
第三章 不一样就是不一样	(69)
——保险推销的特殊性及特别要求	
保险推销的特殊性	(70)
保险推销的特殊要求	(76)
保险市场细分	(84)
做好投保计划	(91)
树立公司及推销员的良好形象	(95)
保险顾问式推销	(101)

第四章 魅力无法挡 (109)

——成功推销自己要诀

人人都在推销自己 (110)

平庸与推销员无缘 (115)

金玉其内更要金玉其外 (122)

你能胜任推销员吗? (129)

第五章 真金不怕火炼 (135)

——成功推销的要素

态度是推销成功的关键 (136)

目标是推销成功的原动力 (142)

努力是推销成功的必由之路 (146)

交情是推销成功的法宝 (149)

魅力是推销成功的先决条件 (153)

爱心是推销成功的催生剂 (157)

幽默是推销的味精和润滑剂 (160)

名片是推销成功的有力工具 (164)

两种“自杀”行为 (170)

成功推销 20 招 (173)

第六章 一份耕耘一份收获 (179)

——保险推销成功的技巧

善于发现客户 (180)

勇于接近客户 (192)

访谈大方有致 (200)

正确处理拒绝 (209)

处理拒绝方法多 (217)

当机立断签保单 (226)

爱心是成功的源泉 (232)

第一章

林子大了，什么鸟都有

——你买保险了吗？

保险是什么？保险有什么好处？为什么有的人要买保险？为什么又有人拒绝保险？如果你是一个或者要成为一个保险推销员，最先面对的就是这些问题。只有把它们真正搞清楚了，才有可能成为一个成功的保险推销员。

排队买保险

风险无处不在

1997年11月25日，在广州各保险公司的交费室，出现了市民排长龙买保险的罕见现象，这一现象一直维持到了月底。在全国各大城市，也都出现了相同的景象。

那么多人争着买保险，是因为什么呢？

表面上看，是因为保险费率要提高，人们都争着在提价之前购买。而终极的原因是，人们都要买保险，而提价不过是个促进的作用罢了。

俗语说，“月有阴晴圆缺，人有旦夕祸福”，我们活在世上，每时每刻，都面临着各种各样的风险：在家看电视，电视机却突然爆炸了；要喝啤酒，啤酒瓶却把你的脸炸去了一块肉；你去看电影，电影院却发生火灾；你很谨慎，骑车走路不会横冲直撞，但却有冒失鬼开车冲上人行道与你 KISS 一下；……，好了好了，对对对，这些都是意外，机率微乎其微，几乎不可能发生。但以下的事情你也能说得准吗：明天你会不会生病，“下岗”的“机遇”会不会降临到你头上。还有更必然的事情，如总有一天你会老，不能再工作……。所有的这些，都是风险，一个人再怎么有能耐，也不能完全摆脱这些风险的威胁。不出事什么都好说，但假如这些风险真的降临到你头上，你该怎么做？

当然，防范这些风险，自然也会有很多办法。很通行的

办法就是自我积累，自我防灾。所以，每一个人都会拼命地挣钱，然后，把钱都存到银行里，以备不时之需。

但问题是个人的力量总是很有限的，仅是靠自己，有很多时候是没法解决问题的。想一想，在今天的社会，几万元的存款又能做什么呢？

保险可就不同了。你只要“存”入较少的钱，风险发生时，保险公司就会赔付给你很多钱，足可以让你渡过危机。比如，有一种“重大疾病保险”，每年只要交两三百块钱，而一旦你得了诸如癌症、心肌梗塞等等之类的重大疾病，保险公司就会给付给你上万元的钱，自然，假如你花一两千元多买几份，给付的就有可能达到十几二十万元之巨，这样，你的疾病的治疗在金钱方面就不应该再有什么困难了。同样的道理，假如你买的是养老保险或储蓄型保险，如果出现什么意外情况，保险公司会给你支付保险金；假若平安无事，到期或到老时，保险公司会定期给你支付养老金什么的，既稳定又保险。

这就是保险的好处。我们常说，“四两拨千斤”，保险正是有这样的效能。

这才是人们排队买保险的最终原因！

保险的功能

其实，保险的好处多着呢，具体说来，有以下几点：

(1) 转移风险

风险最大的特点就是“说不准”：说不准它什么时候、在什么地方发生，说不准它会带来什么样的灾祸，说不准它

把灾难降临到谁的头上。正因为如此，人们对它防不胜防，难以控制。

假如你买了保险，万一这风险发生在你头上，你即使受到了损害，但保险公司要负责赔偿。这么说来，对你来说，情况与没有发生风险差不多。换句话说，你把风险转移给了保险公司。

(2) 获得资金

假如你买过了保险，保险公司就会依据你出险受损的程度进行赔偿，这些赔偿，正可以为你提供恢复生产或正常生活所急需的资金。

(3) 养成储蓄的习惯

每个人总是或多或少地有储蓄的要求和习惯，但总会因这或那的原因而最终中断或把储蓄的资金挪作他用，等到临急的时候就抓瞎了。如果你买了保险，就必须按期交纳保险费，无形中形成了强迫储蓄，日久成习，养成了勤俭的美德。

(4) 投资收益和抵押贷款

一般地，人寿保险都具有保单现金价值，因此可以用来进行抵押贷款，所以，当你急需资金，但一时又筹措不到时，就可以将保险单抵押给保险公司，从保险公司得到一定数额的短期贷款。另外，一些人寿保险不仅具有保险的功能，也具备一定的投资价值，因为这些保险规定，到达约定的期限时，保险公司会一次性或分期给付一定的保险金。如果选择得当，这份给付的保险金也许并不比你投资到其它渠道上的收益小呢。

(5) 创造安宁

各种危险是导致生活不安宁的主要原因，而保险正是针对危险的发生予以事前预防或事后损失补偿的。倘若保险期内不发生风险事故，满期后，一般也会给付满期保险金或生存年金的。所以，不管发不发生危险，你都可以安定地生活。不仅如此，保险还具有重要的精神价值。对风险的恐惧和担忧，常会使人的精神处于高度的紧张状态，出险后的经济负担，更会使人倍感压力。但买了保险后，风险损害有保险公司负责，你就可以把对损害的担忧丢掉了。这样，你就可以生活在一种相对无忧的精神状态之下，享有充分的安全感，安心地工作，尽情地享受生活。

常用的风险防范方法及其局限性

当然，你也许马上会想到，我也可以通过其它方式去对付风险。的确，对付风险有很多种方法，常见的主要有以下几种，但它们都各自有很大的局限性：

(1) 回避风险。知道风险存在就尽量不去做某事，如不坐飞机，就可以避免在飞行中丧生的危险；不买首饰，就永远不会有首饰被偷的风险；不吃饭，就不会有因食物不干净而染病的危险。

但这并不是积极的办法，你总不能一辈子不吃饭吧！你可以少出门，但总会有出门办事的时候吧。所以，采取这种消极回避的办法是不可取的，也是行不通的。

(2) 采取预防措施。既然风险无可避免，为了减少损失，人们通常会采取预防的措施，就是作出种种努力，以尽量减少风险发生的可能性及发生时产生的损失。如买灭火器

来预防火灾，装防盗门以防备窃贼等。但这种办法也不可能彻底杜绝风险。另一方面，这些预防措施通常是要花钱的，有些费用还比较昂贵，并不是每个人都能承担得起。

(3) 储蓄以防风险。储蓄可能是人们最常用的风险自我防范方法，如果储蓄了足够多的资金，自然是什么风险都不怕了。但问题是你能不能存到那么多钱，假如风险在你存了足够的钱以前发生，你又怎么办呢？所以说，储蓄防险仍然难以摆脱意外灾害所带来的经济困境。

(4) 风险共担。为了应付那些个人无法承受的损失，一些面临同样风险的人们组成了联合体，每个成员交纳一定数量的钱，成立共同基金，如果成员中有人发生了事故造成损失，就动用该基金作出补偿。这其实是一种保险的初期形式，在我国很多地方的农村中，都有这种不以盈利为目的的保险互助会。但这种联合体规模小，资金有限，往往经受不了大灾大难的打击。

而保险与这些方法相比，具有无可比拟的优越性，首先，保险能应付较大的风险；其次，保险能应付很多种风险；第三，保险不仅能预防危险的发生（保险公司出于减少赔付和给付的考虑，总是千方百计地采取有效的措施以防范风险的发生），而且，风险事故发生时，还可对损失进行补偿；第四，保险方便灵活，你可以按照你的具体情况选择不同的保险险种及保险期限，甚至在中途也可以退保等；第五，保险经济合算，保险是很多人参加的，保险公司依据大数法则，在对风险事故的频率及损失额度进行科学预测的基础上定出了保险费率，与保险额相比，保险费是相当低廉的，买保险在经济上相当合算。

什么人购买保险

保险这么好，自然就会有人要买了。但买保险的都是些什么人呢？

深圳出版的《投资导报》在1997年9月间公布了其所作的市场调查显示，深圳市民中，据保守的计法，已有16.3%购买了商业保险，这个比例在全国是位居前茅的。未来两年内肯定购买商业保险的有7.4%，可能购买的有27.5%，说不定（可能购买，也可能不购买）的有46.1%。

已购买了保险的人群中，有46%的人年收入在2万元以下，18.5%收入在2-5万之间，26.3%在5-10万，9.2%收入超过了10万。可以很明显地看出，在买保险的人群中，收入在较高水平的占多数。一个家庭中，有收入的人口越多，购买保险的比例越高。

教育水平对购买保险也有很大的影响，我们调查发现，教育程度很低和很高的人购买保险的比例都较高。其原因是：没受过多少教育的人对保险缺乏真正的了解，他们往往都是一些从众型的消费者，易受他人影响，在推销员的热情讲解下，就容易作出购买决定。而教育程度高的（大专以上），学习能力强，对保险有较多的了解，又有比较高的和稳定的收入，所以保险购买力自然比常人要高一些。而受过一般教育（小学到高中）的人有一定的知识、学习能力和一定的主见，但往往只是由于收入不很高而影响了购买保险的热情。

职业对购买保险的影响也是很大的。据调查，在广州，

对保险最有需求、最易推销保险的当算是三资企业的白领员工了。这是不难理解的，因为他们的工资收入很高，又有知识，对保险很了解，但他们的福利如医疗、养老往往都还没有着落。他们一般又都很忙，没有时间去从事其他的投资如炒股等。所以这类人购买保险的比例都很高。而机关工作人员由于其福利制度比较完善，给自己购买寿险的比例都比较低。如果要买保险，也多是给子女购买。

谢绝保险推销

好也不一定就买

保险既然这样好，为什么还有那么多的人拒绝呢？君不见，很多人一听见“保险”两字，就会连连摆手，口说一连串的“不”字绝尘而去；很多的办公楼前都摆上了“谢绝保险推销”的牌子！

自然，肯定是知道了保险的好处才会去买的。但是，知道保险的好处，并不就一定会买。这个道理很简单，这世上好东西太多了，汽车、洋房、靓衫、美食，都是好东西，但假如你囊中羞涩，都能买吗？所以，要买保险，还要有一个充分的、必不可少的条件，那就是财力后盾。

但是不是既知道保险的好处又有钱，就一定会买保险呢？

那也不一定。

这就复杂了！

正是因为问题如此之复杂，保险推销才会那么地富有诱惑力和挑战性，吸引了那么多的人都到此来搏杀一番。

影响购买保险的客观因素

当然，人们买或者不买保险，是从以下方面综合考虑的：

(1) 被保险人所面临的危险的大小。即首先要确定是否有保险需求。虽说风险无处不在，但具体到每个人，其所面临的风险大小是不一样的，投保人可以根据此来确定是否应该买保险。例如，经常出差的人员遭受意外伤害的机会一般总比办公室文员多，这样，前者对意外伤害保险的需求应该比后者大。同样，易受损害的货物（如运输中的货物）、易发生自然灾害地区的农作物，就比较需要投保财产保险。因此，是否需要买保险，首先应该取决于面临的危险情况。

(2) 保险成本。主要是保险费的多少。虽然已经明白所面临的风险很大，但如果保险费大大地超过了他的支付能力，他也很有可能因为能力问题而作罢。另外，不同的险种有不同的费率，所以，人们一般会依据自己的支付能力去选择保险险种。

(3) 投保的机会成本。机会成本的意思是：你选择了某种资金运用方式，必然要放弃另外的资金运用方式，被放弃的方式有可能产生效益，这潜在的效益就是你作出如此选择而付出的机会成本。比如说，你把钱拿来买人寿保险，这样，你投到债券市场的钱必定会减少，你虽然可以获得了保险保障，但同时你也失去了部分的债券投资回报，债券投资的期望利息就是你购买人寿保险的机会成本。所以，在买保险之前，每个人都会先在多种资金运用方式中比较和择优。

(4) 选择合适的保险险种及可靠的保险公司。不同的人有不同的需求，所面临的风险也不同，因此，应该选择最适合其需求的保险险种。另外，目前市场上的保险公司有多家，有本国的，也有外资的。虽然说保险公司一般都比较可靠，但服务质量却是参差不齐的。所以，消费者总是选择他

认为最“保险”的保险公司投保。

影响购买保险的心理因素

其实，买不买保险，还与人的心理因素有很大的关系。保险是一种很特殊的商品，看不见，摸不着，而且，还总是与疾病、伤亡、事故、灾难等联系在一起。应该承认，人的心理因素对购买保险有极大的影响。

(1) 人总是有趋利避祸的心理，愿意听到好听的、吉祥的话语，像伤亡呀、疾病呀、意外事故呀、灾呀难呀等，大多数人总是认为是大不吉利而避而远之。但谈到保险，这些令人刺耳的话语总是免不了要提到的。所以，人的古怪心理往往就会讳莫如深。应该说，这种心理是推销保险的一大障碍。

(2) 保险有别于一般的商品，它看不见、摸不着，除了一纸合约，顾客手中并无实质性的东西，所以，人们对保险总不免多了一分担心。另外，大多数的保险险种特别是人寿保险多是长期性合约，其利益一般很少在短期内享受到，而大多数人都着眼于即时的享受、眼前的利益，不作未雨绸缪的长远打算。

(3) 健康良好的青年人，很少受疾病或死亡的困扰，与他们谈论保险，他们会认为是杞人忧天，与其为一些遥不可及的事情作准备，还不如目前吃喝玩乐更好呢！

(4) 有些人有时会把保险看成是浪费，因为，保险的受益人很大部分并不是保险投保人，所以，投保人会认为自己投钱而别人受益很划不来。在现实中，我们经常会遇到像