

保险行销丛书

杰出人士  
以平实、质朴的语言，  
引导寿险行销人员  
迈出走向成功的一步又一步，  
其中饱含理智的分析  
和深切的感受，  
尤其是不少具体的做法  
及信函的格式，  
可以直接用于寿险行销中。

# 寿险行销 指引

SHOUXIAN  
XINGXIAO ZHIYIN

[台] 林英儒 著



西南财经大学出版社

保险行销丛书

# 寿险行销 指引

SHOUXIAN  
XINGXIAO ZHIYIN

[台] 林英儒 著

西南财经大学出版社



台湾汉湘文化事业股份有限公司独家授权。  
本书著作权登记号为:图字 21-1999-053 号。

责任编辑:赖江维  
装帧设计:穆志坚

书 名:寿险营销指引  
作 者:林英儒

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)  
邮政编码: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:850mm×1168mm 1/32  
印 张:6.875  
字 数:157 千字  
版 次:2000 年 8 月第 1 版  
印 次:2000 年 8 月第 1 次印刷  
印 数:5000 册  
定 价:19.80 元

ISBN 7-81055-665-7/F·546

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。

## 保险营销丛书

(第二批)

《如何在明天创造财富》

《寿险营销指引》

《保险推销实用技巧》

《保险秘笈》

《孙子保险兵法》

## 保险行销丛书

(第一批)

《业务尖兵手册》

《攻心为上的寿险行销》

《天生赢家》

《我有理由不买保险》

《保险犯罪事件》（上、下）

《保险人员克服拒绝的秘诀》

《保险的小故事大道理》

《如何成为超级保险员》

《保险从业人员必读》

# 目 录

## 第1篇 心态、激励

1. “寿险专业营销指引”为何出书…………… (1)
2. 寿险杰出专业营销人员应具备的条件…………… (3)
3. 点亮业务人员心中的一盏灯…………… (4)
4. 推销寿险有前途吗?…………… (7)
5. 如何踏出陌生推销的第一步…………… (11)
6. 精神标杆的重要性…………… (15)
7. 激励挫折的业务人员…………… (17)
8. 保险营销的学习心态…………… (19)
9. 不断地挥棒,终会打出全垒打…………… (20)
10. 对客户忠诚与信心的产生…………… (22)
11. 为成功寻方法,不替失败找理由…………… (23)
12. 推销寿险是求人,没有尊严的工作吗?…………… (24)

## 第2篇 基本专业知识

- ◆ 人寿保险是什么?…………… (26)
- ◆ 投保人寿保险的好处与应注意事项…………… (27)
- ◆ 人寿保险为我们解决人生四大问题…………… (28)
- ◆ 该用多少钱买保险?…………… (29)
- ◆ 一个人一辈子该买几张保单?…………… (29)
- ◆ 该透过谁购买保险?…………… (29)

|                                |      |
|--------------------------------|------|
| ◆ 人寿保险公司出售哪些商品？ .....          | (29) |
| ◆ 如何选择适合的保险产品？ .....           | (30) |
| ◆ 人寿保险契约包括哪些部分？ .....          | (30) |
| ◆ 保险费是怎样计算的？ .....             | (31) |
| ◆ 人身保险费率结构 .....               | (32) |
| ◆ 什么叫作生命表？ .....               | (33) |
| ◆ 什么叫作保险收支相等原则？ .....          | (34) |
| ◆ 什么叫作“死差益”、“利差益”、“费差益”？ ..... | (34) |
| ◆ 如何缴交保险费？有哪些方式？可否变更？ .....    | (34) |
| ◆ 投保后万一碰到缴费困难,该怎么办？ .....      | (35) |
| ◆ 什么是保险费自动垫缴？ .....            | (35) |
| ◆ 什么叫作“责任准备金”和“保单价值准备金”？ ..... | (36) |
| ◆ 什么叫作缴清保险？ .....              | (37) |
| ◆ 什么叫作展期保险？ .....              | (37) |
| ◆ 如何办理寿险保单贷款？为何还要付利息？ .....    | (37) |
| ◆ 什么叫作“投保率”及“普及率”？ .....       | (38) |
| ◆ 投保后,在境外发生事故,可否得到理赔？ .....    | (38) |
| ◆ 投保寿险后,可否中途增加或减少保额？ .....     | (38) |
| ◆ 投保寿险为何要体检？ .....             | (39) |
| ◆ 什么是既往症？是否可以投保？ .....         | (39) |
| ◆ 血压高可否投保人寿保险？ .....           | (40) |
| ◆ 人寿保险或意外险可否重复投保？重复理赔？ .....   | (40) |
| ◆ 以前买了一张保险,现已不符合需要,该怎么办？ ..... | (40) |
| ◆ 什么是要保人、被保险人、受益人？ .....       | (41) |
| ◆ 为何满期保险金或解约金的利息(红利)那么低？ ..... | (42) |
| ◆ 什么是保险安定基金？何种情况之下可动用？ .....   | (42) |
| ◆ 什么是保险人？ .....                | (43) |
| ◆ 什么是保险经纪人？ .....              | (43) |

|                       |      |
|-----------------------|------|
| ◆什么是保险代理人? .....      | (43) |
| ◆什么是保险业务员 .....       | (43) |
| ◆何谓保费豁免条款? .....      | (43) |
| ◆何谓契约不可争条款? .....     | (44) |
| ◆寿险保单红利选择权有哪些? .....  | (44) |
| ◆何谓工作能力丧失收入保险? .....  | (44) |
| ◆何谓等待期(亦称除斥期间)? ..... | (44) |
| ◆何谓万能保险? .....        | (45) |
| ◆何谓道德危险? .....        | (45) |
| ◆何谓批单(批注)? .....      | (45) |
| ◆何谓更约权? .....         | (45) |
| ◆何谓海外急难医疗救助? .....    | (45) |
| ◆何谓契约撤销权? .....       | (46) |
| ◆何谓保证可保性保险? .....     | (46) |
| ◆何谓失业保险? .....        | (46) |
| ◆何谓社会保险? .....        | (46) |
| ◆何谓复保险? .....         | (47) |
| ◆何谓再保险? .....         | (47) |
| ◆何谓年金保险? .....        | (47) |

### 第3篇 行销技巧(含话术、难题处理)

|                            |      |
|----------------------------|------|
| 1. 行销话术(激励客户购买) .....      | (48) |
| 2. 下列问题您可曾深思? .....        | (52) |
| 3. 深思下列问题后,您将作何决定? .....   | (54) |
| 4. 寿险顶尖高手推销术 .....         | (55) |
| 5. 告诉准客户:相信它,还是坐失良机? ..... | (63) |
| 6. 保险与理财 .....             | (65) |
| 7. 寿险行销用非价钱竞争取胜 .....      | (67) |

|                                  |      |
|----------------------------------|------|
| 8. 寿险业务高手推销术 .....               | (75) |
| 9. 说故事或文字行销(案例) .....            | (78) |
| 10. 直接推销(D.S.)的接触媒体 .....        | (82) |
| 11. 介绍卡 .....                    | (83) |
| 12. 当您碰到同业竞争或客户要求退佣时怎么办? ...     | (84) |
| 13. 如何推销巨额保单? .....              | (86) |
| 14. 第一次成功的接触 .....               | (87) |
| 15. 保险与银行的储蓄计划比较 .....           | (89) |
| 16. 行销难题处理 .....                 | (90) |
| ◆ 我不需要保险 .....                   | (90) |
| ◆ 保险要死后才能领到钱 .....               | (91) |
| ◆ 我付不起保费 .....                   | (91) |
| ◆ 保险是骗人的 .....                   | (92) |
| ◆ 我已经投保,不要了 .....                | (92) |
| ◆ 我已经有公保、劳保、农保、台湾地区居民保险 .....    | (93) |
| ◆ 我有很多财产,不需要保险 .....             | (93) |
| ◆ 我对保险没有兴趣 .....                 | (94) |
| ◆ 我要考虑考虑 .....                   | (94) |
| ◆ 我有朋友、亲戚、同学在保险公司服务,要买会找他们 ..... | (94) |
| ◆ 不保没事,保了会倒霉 .....               | (95) |
| ◆ 钱存银行、邮局比保险好 .....              | (95) |
| ◆ 担心货币贬值 .....                   | (96) |
| ◆ 保险时间太长了 .....                  | (96) |
| ◆ 没时间谈保险 .....                   | (97) |
| ◆ 先生反对 .....                     | (97) |
| ◆ 太太不同意(我跟太太商量商量) .....          | (97) |
| ◆ 买保险给太太当嫁妆,不必 .....             | (98) |

|                              |      |
|------------------------------|------|
| ◆ 怕以后缴不起 .....               | (98) |
| ◆ 投保是送钱给保险公司运用,给保险公司赚钱 ..... | (98) |
| ◆ 保险这个计划很好,过一阵子再说吧 .....     | (98) |
| ◆ 保险公司会倒 .....               | (99) |

## 第4篇 增 员

|                       |       |
|-----------------------|-------|
| 1. 保险事业与增员 .....      | (100) |
| ◆ 增员话术 .....          | (101) |
| ◆ 投资理财需要考虑的几个问题 ..... | (101) |
| ◆ 固定薪与非固定薪的选择 .....   | (102) |
| 2. 正确的增员观念与做法 .....   | (103) |
| ◆ 正确的增员观念 .....       | (105) |
| 3. 成功的创业说明会 .....     | (107) |
| ◆ 这是什么样的工作 .....      | (107) |
| ◆ 我将如何争取这些机会? .....   | (109) |
| ◆ 我将加入怎样的公司 .....     | (109) |
| ◆ 我将加入怎样的营业单位? .....  | (109) |

## 第5篇 推销实例

|                              |       |
|------------------------------|-------|
| 1. 对发誓不买保险的人怎么办? .....       | (110) |
| 2. 买保险实现人生的理想 .....          | (111) |
| 3. 快七十岁了,还买什么保险? .....       | (112) |
| 4. 买保险没用,又得不到理赔 .....        | (113) |
| 5. 客户很有钱,但会计师告诉他买保险没有用 ..... | (114) |
| 6. 没时间买保险 .....              | (117) |
| 7. 等心情好时才考虑买保险 .....         | (118) |
| 8. 新光人寿的保险好不好? .....         | (119) |
| 9. 善用三角行销,增加客户保障,创造业绩 .....  | (120) |

|                          |       |
|--------------------------|-------|
| 10. 应付危机的钱,您准备好了吗? ..... | (123) |
| 11. 用非价钱竞争击退了群雄 .....    | (127) |
| 12. 知己知彼为致胜重要因素 .....    | (131) |

## 第6篇 团体保险

|                              |       |
|------------------------------|-------|
| 1. 团体保险的特质 .....             | (133) |
| 2. 团体保险的险种内容 .....           | (133) |
| 3. 投保人数的限制 .....             | (133) |
| 4. 团体保险所谓的团体 .....           | (133) |
| 5. 保险金额计划表 .....             | (134) |
| 6. 保险费的分摊 .....              | (134) |
| 7. 团体保险风险选择考虑的因素 .....       | (134) |
| 8. 保险费的计算 .....              | (135) |
| 9. 契约的续保 .....               | (135) |
| 10. 被保险员工的加退保 .....          | (136) |
| 11. 团体保险的经验退费(分红) .....      | (136) |
| 12. 团体保险的核保与理赔较个人寿险宽松 .....  | (136) |
| 13. 什么是国际团体保险共保组织与国际分红 ..... | (137) |
| 14. 什么是团体职业灾害保险 .....        | (137) |

## 第7篇 意外保险

|                          |       |
|--------------------------|-------|
| 1. 意外保险(伤害险)的范围 .....    | (140) |
| 2. 意外死亡、残废医疗保险金的给付 ..... | (140) |
| 3. 残废程度与保险金给付表 .....     | (141) |
| 4. 保险金的申请时效 .....        | (142) |
| 5. 意外险的商品种类 .....        | (142) |
| 6. 台湾地区伤害保险个人职业分类表 ..... | (142) |

## 第 8 篇 健康保险(医疗保险)

1. 认识医疗保险 ..... (145)
2. 保险公司提供了哪些医疗保险? ..... (149)

## 第 9 篇 售后服务

1. 保险金的给付与申请 ..... (152)
2. 寿险、意外险、医疗险标准条款的除外责任 ..... (155)
3. 口气好、态度好 ..... (157)
4. 寿险解约对保户的不良影响 ..... (158)

## 第 10 篇 保险营销陷阱面面观

1. 不再花钱就可增加一张新保单 ..... (160)
2. 爱什么时候满期就什么时候满期,绝对让您满意 .....  
..... (162)
3. 保险像跟会,稳赚利息钱,月平均报酬率高达 30% .....  
..... (163)
4. 保单无满期金可领,却向客户说有满期金可领 ..... (164)
5. 用 1% 的贷款利息,即可拥有高额保单 ..... (165)
6. 以单养单的推销法 ..... (166)

## 第 11 篇 营销无所不谈

1. 从金融风暴谈客户投保寿险的权益与安全性  
(保险公司会不会倒?) ..... (168)
2. 保险经纪人制度介绍 ..... (171)
3. 寿险专业人员要有商品组合与保单比较的分  
析能力(因为事关客户利益) ..... (174)
4. 解约退保的损失 ..... (175)

|                                                  |       |
|--------------------------------------------------|-------|
| 5. 推销的第一步——赢得别人对你的信任 .....                       | (176) |
| 6. 寿险推销成功的秘诀 .....                               | (178) |
| 7. 该保多少,如何决定? .....                              | (179) |
| 8. 申请保险契约转换,当心别被耍了!<br>(保险公司不是慈善机构,而是营利事业) ..... | (180) |
| 9. 新光人寿问卷调查(机密) .....                            | (181) |
| 10. 新光大吉寿险与邮局简易保险比较表 .....                       | (183) |
| 11. 设计 D.M. 行销(新光防癌终身寿险) .....                   | (185) |
| 12. 家庭保障需求表 .....                                | (186) |
| 13. 报纸刊登的投资理财,盖死人不犯法 .....                       | (187) |
| 14. 详析保险受益人的有关规定 .....                           | (190) |
| 15. “投保须知”——投保时不可不知 .....                        | (192) |
| 16. 跳槽带来保单任意转换,保户权益受损 .....                      | (194) |
| 17. 保单预定利率与保费关系的比较 .....                         | (195) |
| 18. 保险给付项目(劳保、台湾地区居民健康保险、<br>商业医疗险的比较) .....     | (196) |
| 19. 人寿保险要保书示范内容 .....                            | (197) |
| 20. 失能保险与长期看护终身保险 .....                          | (200) |
| 21. 人寿保险是最好的投资理财工具 .....                         | (201) |
| 22. 何谓行销 .....                                   | (207) |
| ●吃西瓜的味道 .....                                    | (208) |

# 第 1 篇

## 心态、激励

您可以少奋斗十年 各行各业行销必备

### 1 “寿险专业行销指引”为何出书

目前台湾的寿险市场,可谓是春秋战国的状态,寿险的保单有让人看了眼花的感觉。探究原因,是消费者意识抬头,客户的水准提高,竞争也就越来越激烈;以前寿险的传统行销方式,也已深深地感受到压力,越来越不好生存。因此,多数业务人员已经感受到充实专业知识对于专业行销的重要性,渴望专业知识的需求一天比一天强烈。

寿险市场的竞争,可说是已到了短兵相接的地步了,经常有机会与同业间同时出现在客户的面前互相竞争,竞争的结果不是你死我活,就是两败俱伤。在这种情形之下,你能教业务员对专业行销的需求不强烈渴望吗?

因此,任何一个保险公司对于所属从业人员的训练,若仍停留在传统式的教育训练,不能满足所属业务人员的需求,那已经是落伍了。寿险公司办理员工教育训练的目的,主要是针对他们在工作上所发生的困难与障碍,能够突破、解决,满足他们的需求,能如此,才算是成功的教育训练。

我们的社会,各种专业知识分门别类,可说越来越精细,没有任何一个人能够样样都精通,因此仰赖别人的专业知识也就越来越殷切。有句话说:“不重视别人的专业知识,是要付出代价的。”

前些日子,有一位在台南从事寿险教育训练的朋友,向服务的公司反映了两件事:(1)学员对公司研修内容要求愈来愈高,资料搜集及供应希望随时给予支援。(2)风险管理、沟通技巧、生涯规划等课程,应有更专业化训练的讲师授课。

他所得到的回应是:(1)各级学员研修资料,希望各研修处长、讲师帮助搜集、提供。(2)风险管理、沟通技巧、生涯规划等课程都不会授课,就不配当讲师。

听完了上述问题与回应之后,不知你的感觉如何?这样的寿险公司,这样的训练单位,真是太令提问题的人失望了。假如你是这位提问题的人,将作何感受?教育训练单位的主管、讲师……等有问题期待支援解决,得到的答案是这样,你还能期待学员们得到些什么?

我们也常常看到很多业务员有很强烈的求知欲望,也有很高的学习热忱;他们接触到保险后,也认为保险是一个非常伟大而且美好的事务。经过一段期间后,他们渐渐感到失望,甚至于绝望了,最后终于离开了保险业。

从事寿险工作,可以让人致富;从事寿险工作是高度自我管理,依照自己的意志和计划来工作,不需听人使唤;从事寿险工作,可以让你不需具备老板的条件(资金),而能够做老板能做的事;从事寿险工作,可以……等,大多数不完的好处,难怪到1995年完成寿险登录的业务员人数高达二十万人。挤进的人数虽这么多,但每年流失的人数也不少。

据《现代保险杂志》的统计,1995年上半年考上保险业务员新登录人数三万多人,但撤销的人数也有二万一千多人,留下的不到三成。其中国泰、南山人寿新登录的人数最多,前者为八千多人,后者为六千多人;离职和注销人数最多的是新光人寿,共有八千多人。由上面资料显示,新加入寿险行销的人员,半年即高达三万多名,但也快速地流失了二万多名。

流失这么快,主要是没有具备专业行销的知识与技巧,仍然沿用传统的“缘故行销”,等关系用完了,寿险工作的寿命也就跟着结束。因此寿险公司就不断地增员、训练、流失,这种现象也周而复始地一再重演,造成寿险公司庞大财力、人力上的浪费,也造成了满怀期望的业务员,一个又一个失望地离开了寿险公司。

近年来,有太多太多的业务人员向我表示,寿险行销工作水准没有办法提升,不知要如何突破障碍。他们的单位与公司又无法在工作上提供些什么帮助,可说已到了求助无门的地步。

我问过这些寿险从业人员,绝大部分的人都是用缘故行销,缘故行销到某一程度,关系用完了,上面所说的那些状况也就跟随发生,最后终于走上离职、脱落一途。

笔者认为,寿险行销的策略,总共可分为八大类,即:(1)缘故行销(含介绍);(2)陌生行销(D.S.);(3)D.M.行销;(4)专业行销;(5)专案行销;(6)电话行销;(7)问卷行销;(8)职域行销(职团开拓)。

这么多的行销策略,如果一个业务员能够精通其中的两三种,相信这个业务员一定可以成为非常成功的业务员。事实上,多数业务人员只会作缘故行销,而且对于缘故行销的技巧与专业知识又懂得不够专、精。所以有很多很多业务员与业务干部常常问我,要如何才能成为一个成功的业务员,要学些什么?要看哪些书?要到什么地方学?要跟谁学?这一连串的问号,是激发我提笔写这本书的原因。也希望借着书的出版,对解决上面这么多的问号能够有所助益。

## 2 寿险杰出专业行销人员应具备的条件

最近公布的一项消息指出,未来十大热门行业,以金融服务业

排名第一,而金融服务业里,又以人身保险行销排名第一位,因此就业市场上,人身保险行销成为最耀眼的行业。在寿险公司完成登录的业务员已达二十万人,而境内寿险行销市场,加入美商寿险公司的竞争之后,已经开始在转型,由传统的缘故(介绍)行销,慢慢的转型成为专业行销。很多人都已感受到缘故行销出现障碍,亟须突破,因此专业行销已被市场与大众所重视。

有很多人想成为杰出的寿险专业行销人员。要如何才能成为杰出的寿险专业行销人员?这是本书所要探讨的最主要内容,本书将深入浅出的引导你成为专业行销人员,踏上成功之路。

一个专业的寿险行销人员,需要具备的能力与专业知识包括:

1. 保险学。
2. 风险管理。
3. 寿险实务。
4. 保险有关规定。
5. 推销技巧。
6. 台湾地区有关机构规定的个人寿险、意外险、医疗保险、团体保险、旅行险等各险种的保单、标准条款。
7. 人身保险与有关税务规定。
8. 如何激励自己与所属人员。
9. 增员。
10. 公保、劳保、农保、台湾地区居民健康保险等规定。

### 3 点亮业务人员心中的一盏灯

1. 我热爱我的寿险行销工作,因为我正从事着一个全世界最美好的工作,这一份工作的特性是:收入高、可短期致富,工作自由、时间自己拥有。这个工作的特性是其他工作所无法拥有的。