

刘波 著

# 奇胜

广东旅游出版社

# 保险

101

从一般的业务员到讲师，再到作者，绝对不是一个简单的旅程……

亲身经历，亲自操作，亲身体会。

## 第一章 与众不同的销售

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 1. 与众不同的开场白——白开水 .....    | 2  |
| 2. 与众不同的开场白——送钱 .....     | 4  |
| 3. 与众不同的开场白——你是上帝 .....   | 6  |
| 4. 与众不同的开场白——猜年龄 .....    | 8  |
| 5. 与众不同的开场白——演讲式开场白 ..... | 10 |
| 6. 与众不同的感觉——信任 .....      | 12 |
| 7. 与众不同的感觉——你是成功者 .....   | 14 |
| 8. 与众不同的感觉——重视客户的反应 ..... | 16 |
| 9. 与众不同的感觉——关心别人 .....    | 18 |
| 10. 与众不同的感觉——专业 .....     | 20 |
| 11. 与众不同的感觉——不攻击同业 .....  | 22 |
| 12. 与众不同的感觉——理财专家 .....   | 24 |
| 13. 与众不同的感觉——倾听的艺术 .....  | 26 |
| 14. 与众不同的感觉——亲和力的作用 ..... | 28 |
| 15. 与众不同的服务——家庭保健医生 ..... | 30 |
| 16. 与众不同的服务——“算命半仙” ..... | 32 |
| 17. 与众不同的服务——资讯的传达 .....  | 34 |
| 18. 与众不同的服务——真诚的友谊 .....  | 36 |

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 19. 与众不同的服务——股票专家 .....         | 38 |
| 20. 与众不同的服务——魅力销售 .....         | 40 |
| 21. 与众不同的服务——旅游名信片 .....        | 42 |
| 22. 与众不同的服务——“额外”的服务 .....      | 44 |
| 23. 与众不同的服务——有求必应 .....         | 46 |
| 24. 与众不同的服务——烹饪专家 .....         | 48 |
| 25. 与众不同的服务——小孩辅导老师 .....       | 50 |
| 26. 与众不同的服务——成长的喜悦 .....        | 52 |
| 27. 与众不同的服务——馈赠保险书籍 .....       | 54 |
| 28. 与众不同的服务——巨额的存款 .....        | 56 |
| 29. 与众不同的商品介绍——短、平、快的商品介绍 ..... | 58 |
| 30. 与众不同的商品介绍——组合型险种介绍 .....    | 60 |
| 31. 与众不同的促成——收据促成法 .....        | 62 |
| 32. 与众不同的促成——座位促成法 .....        | 64 |
| 33. 与众不同的促成——茶杯促成法 .....        | 66 |
| 34. 与众不同的促成——反向促成法 .....        | 68 |
| 35. 与众不同的促成——保单促成法 .....        | 70 |
| 36. 与众不同的习惯——运用潜意识 .....        | 72 |
| 37. 与众不同的习惯——马上行动 .....         | 74 |
| 38. 与众不同的习惯——回归原点 .....         | 76 |
| 39. 与众不同的习惯——定期联系客户 .....       | 78 |
| 40. 与众不同的习惯——早起的习惯 .....        | 80 |
| 41. 与众不同的习惯——建立流程 .....         | 82 |
| 42. 与众不同的习惯——记录资料 .....         | 84 |
| 43. 与众不同的习惯——随时推销自己 .....       | 86 |
| 44. 与众不同的习惯——养成检讨的习惯 .....      | 88 |
| 45. 与众不同的习惯——高品质处事 .....        | 90 |
| 46. 与众不同的习惯——订立拜访计划 .....       | 92 |
| 47. 与众不同的习惯——中午拜访的奥妙 .....      | 94 |
| 48. 与众不同的习惯——思考的习惯 .....        | 96 |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 49. 与众不同的习惯——正确授权 ..... | 98  |
| 50. 与众不同的习惯——知难而上 ..... | 100 |
| 51. 与众不同的习惯——舍得付出 ..... | 102 |

## 第二章 创意点子库

### 一、媒介篇

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 52. 随意贴 .....       | 104 |
| 53. 精美的照片 .....     | 106 |
| 54. 签字笔 .....       | 108 |
| 55. 客户来信 .....      | 110 |
| 56. 可爱的“金童玉女” ..... | 112 |
| 57. 一枝康乃馨 .....     | 114 |
| 58. 四只苹果 .....      | 116 |
| 59. 刻有名字的匙扣 .....   | 118 |
| 60. 资格证的妙用 .....    | 120 |
| 61. “铁达尼号”电影票 ..... | 122 |
| 62. 印有眼睛的名片 .....   | 124 |
| 63. 雨伞 .....        | 126 |
| 64. 乒乓球 .....       | 128 |
| 65. 善用保户卡 .....     | 130 |
| 66. 空信封 .....       | 132 |

### 二、开发篇

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 67. 善用自己的名字 .....    | 134 |
| 68. 主动提出要求 .....     | 136 |
| 69. 送礼的话术 .....      | 138 |
| 70. 问多一句 .....       | 140 |
| 71. 利用茶楼作转介绍中心 ..... | 142 |
| 72. 重点保护对象 .....     | 144 |
| 73. 巧妙回答你的职业 .....   | 146 |

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 74. 转介绍奇招 .....      | 148 |
| 75. 正数和负数 .....      | 150 |
| 76. 校友录的应用 .....     | 152 |
| 77. 参与小区服务中心 .....   | 154 |
| 78. “三三三”法 .....     | 156 |
| 79. 超值的存款计划 .....    | 158 |
| 80. 卷尺上的人生 .....     | 160 |
| 81. 五指促成法 .....      | 162 |
| 82. 电话神探手 .....      | 164 |
| 83. FAX 的妙用 .....    | 166 |
| 84. 一条龙服务 .....      | 168 |
| 85. 六点购买信号 .....     | 170 |
| 86. 给自己奖励 .....      | 172 |
| 87. 善用信函 .....       | 174 |
| 88. 赞美的作用 .....      | 176 |
| 89. 库存 300 .....     | 178 |
| 90. 妙用剪报 .....       | 180 |
| 91. 从意外险到丧失功能险 ..... | 182 |
| 92. 好东西与好朋友分享 .....  | 184 |
| <b>三、话术篇</b>         |     |
| 93. 终身伴侣 .....       | 186 |
| 94. 储蓄员 .....        | 188 |
| 95. 退票 .....         | 190 |
| 96. 超越时空的销售 .....    | 192 |
| 97. 你也一样重要 .....     | 194 |
| 98. 人生的四大烦恼 .....    | 196 |
| 99. 你的保单太贵了 .....    | 198 |
| 100. 让公司休息两天 .....   | 200 |
| 101. 红绿灯的启发 .....    | 202 |



## 内 容 介 绍

从业务员到讲师，再到作者，绝对不是一个简单的旅程。本系列将在技巧与心态方面进一步的分享，以求作为保险同行着的你，或将成为其中的一员的你，能从中受益。

战场上，利刃是取得胜利的重要因素之一，保险战场也是如此。作为一个业务员，怎样才能拥有利刃呢？《奇胜保险》是作者的力作，它是作者多年来从事营销的技巧心得，它能帮助你拥有利刃。



## 与众不同的开场白 ——白开水

与众不同的开场白，是你营销时的敲门金砖。

如果你一开场就出奇制胜，能在最短的时间内引起客户的注意，得到他的认可，接着下来，你的工作就容易得多了；反之，就算你进了宝山，也会空手而归。

在一个炎热的下午，我去环市东回访一位客户。

客户李总看着气喘吁吁的我，笑着说：

“小刘，你这么努力工作，这么热的天还到处跑。”

“有你这么好的客户支持，再热的天我也不在乎。”

“我们公司的员工如果都象你这样做，那该多好啊。”

李总问我要喝哪一种饮料，有可乐，有菊花茶……。

我说只要一杯白开水。

“那么多的饮料你不要，偏偏要喝白开水，为什么？”

“我一天要拜访十几个人，如果一天要喝几十杯这种有糖的饮料，看我这身材，不得糖尿病才怪。”

“对啊，这些病真让人头痛。”

“所以现在公司的重大疾病保单很畅销。”

……



没想到吧，白开水也可以成为成交保单的关键。

你的开场白是不是千遍一律？

你的开场白是不是太老土了？

你的开场白是不是不合时宜？

改变一下！

小小的改变，会有大大的不同。

每天想出一个理由，

使它成为你拜访的借口。

## 与众不同的开场白 ——送钱

有人说，销售的成功取决于见面的头 30 秒钟。

为什么会是这样呢？

客户的心犹如一扇暂未打开的门，在那门上有着一把重重的大锁。如能引起他的兴趣，心门就容易打开；如你落入俗套，心门随之就会锁得更紧。

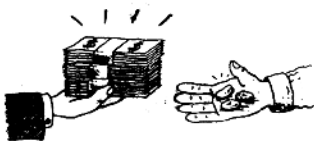
第一句话、第一印象非常重要。它的好坏，决定了这次拜访的命运。

很多人从进保险公司以来，开场白就一直未作改动，都是那一句话：“某某小姐，你好！我是某某公司的业务员，为了向广州市民提供更好的服务，公司特别指派我来拜访像你这样高水平的客户，方便请教你几个问题吗？”

有些客户一天能听到 20 多次这样的话，可想而知，他的熟悉程度有多高，只要你一开口，他马上打断你的话，接着你的话讲下去，居然一字不差，字字正确。

独特的开场白，创意的开场白，是打开客户心门的第一把锁匙。

我曾用过这样的开场白，取得不错的效果。



有一天，我去某大厦进行陌生拜访。

办公室门外写着几个大字——谢绝保险推销。

我犹豫了一下，很快调整好心态，推开了门……

正当我点头、微笑的时候，办公室的一位男性客户打断了我的话，问我：“你是那家保险公司的？保险我们不需要，你走吧。”

越是尴尬的时候，越要表现出色。不然，连谈话的机会都没有，我心里念头一转，马上说：“保险？我不谈保险，今天只跟你谈‘欠你的钱’。”

“什么？欠我的钱？”

“对啊！欠你的钱。”

客户示意我坐下，我开始跟他谈……

因为一开始引起了客户的兴趣，客户接受了我，也接受了保险。

知难而上，越挫越勇；

尝试改变，博击长空。

怎么样，你准备好了吗？

## 与众不同的开场白 ——你是上帝

销售的成功，是你努力拜访的结果。

销售的失败，是由于你落于俗套。

顶尖的寿险业务员都有自己独特的开场白。

与众不同的开场白，可以加深别人对你的印象。

留学英国的学者张戎，用英文写了一本书，书名叫《鸿》。

书中讲述她外婆、妈妈和她，三个普通中国女子在过去近1个世纪的故事。

以英文——中国人写的原版小说，在西方读者群中，有没有市场呢？

张戎思索着如何打开知名度。

在一次出版社举行的记者招待会上，张戎要在短短的几分钟内，把自己和《鸿》推销出去。

她用了一句与众不同的开场白：

“这是我姥姥生前穿过的那种鞋。”

她当着记者的面，展示了一双三寸金莲所穿的鞋。现代西方人无论如何也想象不出，以前的中国妇女是如何穿



下这么小的鞋子。

话音一落，场面顿觉鸦雀无声。

.....

张戎成功了。

她的书刚刚出版，便被抢购一空，名列英国图书销售榜首，后被转译成 20 多个国家的文字在世界各地发行。

一次成功的推销，是由创意的开场白开始的。

“先生，你好！今天我专程来拜访你，想了解一下你对保险的看法？”

“这么多人，为什么选我？”

“因为你是上帝，客户都是我们的上帝，我今天专程来拜访上帝。”我笑了，“上帝”也笑了，当然成交就有希望了。

亲爱的伙伴，思索一下你的开场白。

是否有新创意，有自己的特色。

## 与众不同的开场白 ——猜年龄

客户不仅需要保障，也需要笑声，客户最后能记住的，是因为我们讲的几段风趣的笑话。

幽默是最有力的接近工具，笑话会帮助你消除客户的戒心，让你有机会签下保单。

我曾用过一个方法，每次都有不错的效果。

记得有一天，我去海珠路拜访一间办公室。

当时，办公室人很多，而且相当嘈杂，每个人都在忙自己的事情。所以，一般的方法难以引起他们的注意。

我走了进去，大声对客户说：

“陈小姐，我有一项专长，从来没有失败过。”

“什么专长？”

“猜年龄。不过有个条件，猜对的话，你请我吃冰淇淋，猜错的话，我请你。”

“一言为定。”

陈小姐看起来有40岁了，我一脸正经说：“你最多30岁。”陈小姐听完后，大声笑了，逼着要我请客。

我笑着对她说：



“你说我猜错了，有什么证据？”

陈小姐从包里取出身份证递给我，因为工作的习惯，我只用5秒钟就记住了她的出生年月日，她的生日在一个星期后。

我以最短的时间买了6枝冰淇淋，办公室的人每人一支，在比较轻松的环境下，我们谈了很多……。

一个星期后，我再去回访该办公室，顺便带了一份生日礼物。

陈小姐接过我的生日礼物，两只眼睛睁得大大的，她怎么也想不通我是如何知道她的生日的。

当然，她的保单做了下来，而其他人也买了保险。

每个人都有自己的个性，也有自己接近客户的方法。

只要你不断练习，找出一个最适合你的方法，创造你的特色，你会有不一样的收获。

## 与众不同的开场白 ——演讲式开场白

销售工作的第一道难关便是初次见面。

一般而言，初次见面的那一瞬间，即决定了工作成功与否的百分之八十。

人们在初见面的那一刹，便以人的本能判断好恶。

若给与他人的印象是“恶”，即使如何努力说明商品优点，对方也会因心生厌恶而充耳不闻。

如此一来，根本不可能把商品推销出去。

努力创造最良好的第一印象，其后的说明与推销过程才能顺利展开。

演讲式的开场白，有时不失为拜访的突破口。

星期六上午，我去回访某一商业公司的客户。

因为事前没有预约，当我风尘仆仆赶到12楼时，走出电梯一看，铁将军把持大门，客户不在，怎么办？

心想既然来了，无论如何一定要有所收获，于是我在该大厦作陌生拜访。

当我一层一层地拜访时，发觉大部分的办公室都没有人。



正当我苦苦思索，客户在哪里？突然，眼前一亮，有一办公室亮着灯。

我推门而进，用了我平时演讲时的语调，大声说：

“各位先生/女士，大家好。”

众人的眼光集中在我身上。到底发生了什么事情？

在目光凝聚的一刹那，我在一个比较面善的客户面前坐了下来……。

因为有了不错的开头，客户较易接受，进而创造了成交的机会。

经常有伙伴问：“为什么我拜访的效果这么差？”

在综合分析的同时，其实最需要检讨：你给客户第一印象怎样？通过创意的开场白，一开始就推销魅力，当客户让你坐下，你就有成交的机会了。

马上调整自己的心态，练习不同形式的开场白。

祝你成功！

## 与众不同的感觉 ——信任

销售人员给人的初次感觉如何，往往决定一切。

如对你感觉不错，肯定有回访或成交的可能，如感觉不妙，就算日后再做拜访亦无济于事。

客户需要什么样的感觉呢？

初次见面，首先是信任，只有客户信赖你，信赖你的公司，才有可能将“终身保障”交付于你。

出门前不妨先整理一下自己的服装仪容。

看一看领带是否打歪，衬衣的领子是否干净，头发是否整齐，皮鞋是否擦亮，口中是否有异味。

成功的内涵透过你的外表反映出来。当你具备成功者的特质，你的一举一动，无形中就会让客户产生信任的感觉。

某星期天，我带领全组的伙伴去某小区作家庭拜访。

在这次拜访中，有件事让我记忆犹新。

组中有两位伙伴，一位穿着干净利落，说起话来彬彬有礼，而另外一位伙伴，穿着一件领子黑黑的衬衫，皮鞋也沾满泥巴，讲话的声音特粗。