

探索 · 分析 · 发现 · 交流 · 传播

保险营销思想库

保险营销员展业系列 ①

洪兴★著

没有人天生就拥有极佳的人脉。施展你的智慧，去寻找、去开发、去经营、去建立一个无穷无尽的人脉资源链吧！

寻金探宝

人脉资源拓展33招



Xunjin Tanbao



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

保险营销思想库

保险营销员展业系列 1

洪兴★著

主编：洪兴

副主编：郑新东

一个人的成功只有15%是由于他的专业技术，而85%则要靠人际关系和他的做人处事的能力。

—— 戴尔·卡耐基



寻金探宝

人脉资源拓展招



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

寻金探宝:人脉资源拓展 33 招/洪兴主编. —北京:中国经济出版社,
2005. 1

(保险营销思想库·保险营销团队主管系列/洪兴主编)

ISBN 7-5017-6689-4

I. 寻… II. 洪… III. 保险业—人际关系学 IV. F840.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 103966 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:彭彩霞(电话:010-68354371, E-mail: winterpeng@126.com)

责任印制:石星岳

封面设计:北京红色方块图文设计中心

经 销:各地新华书店

承 印:北京市地矿印刷厂

开 本:787mm×1092mm

印张:12 字数:154 千字

版 次:2005 年 1 月第 1 版

印次:2005 年 1 月第 1 次印刷

印 数:0001—5000 册

书 号:ISBN 7-5017-6689-4/F·5399

定 价:25.00 元

版权所有 盗版必究 举报电话:68359418 68319282

服务热线:68344225 68369586 68346406 68309176

总序

Prologue

自 20 世纪 90 年代初，美国友邦保险进入上海开展人寿保险营销业务以来，大陆保险营销界已经走过了十二个春秋。在这样一个历史过程中，我们的营销队伍从最初的几万人，发展到现在 130 多万人；保费收入也从最初的一年几亿元，飙升到现在的一年几千亿元，可以说，我们的保险营销界不论是经营规模，还是管理方法和营销理念都逐渐在全面地走向成熟。

20 世纪 90 年代，当中国保险营销界尚处于萌芽和幼年时代时，台湾的保险营销专家看好大陆的保险培训市场，纷纷来到大陆，将他们的营销技巧传授给了我们，可以说，正是台湾的保险营销界帮助大陆完成了保险营销理念的启蒙期。

但正如一个生命，不会长期停留在幼年时期那样，它总是要按照自己的逻辑发展成长的。台湾的技巧营销看上去虽然专业，但它却是生长在台湾的社会背景之下，而不是生长在大陆的社会背景之下。对于大陆许多实际问题，台湾的保险营销理念均无法给出满意的解决之道。大陆幅员之广阔，人口之众多，经济环境之复杂，各地文化差异之巨大都不是台湾一个小岛上的人住在宾馆里、坐在轿车上能够搞得清楚的。

Prologue

总 序

感谢我们广大的保险营销员，正是他们在这十几年的营销生涯中，不断实践，不断创新，用自己的汗水和足迹，总结出了一整套完全本土化的营销新思想和新理念。现在，除了技巧营销外，创意营销、顾问营销、文化营销、品牌营销、互动营销、公关营销、生活营销等等各种营销思想、方法和技巧如雨后春笋般在各地保险营销员中广为应用，并取得了巨大的成就。应该看到，这是我们保险营销界十多年来沉淀下来的一笔真正的巨大的精神财富。

思想需要传播，传播产生价值。正是本着这种认识，我们组织编辑了这套《保险营销思想库》丛书。它的作者，主要是来自全国各大保险公司和保险专业培训机构的职业经理人和资深讲师。他们中的绝大多数人都是在上个世纪加盟到保险营销队伍中的，并取得了不凡的成就。在这套丛书中，他们将以自己特有的经验、独到的眼光、新颖的思想和流畅的文笔，为大家讲述一个又一个鲜为人知的案例和观点。虽然他们当中的绝大多数人都不是专业作家，此前也从来没有正式出版过自己的专著，但我在与这些作者交流的过程中，深深地为他们的刻苦学习、不断探索、不断进取和一丝不苟、认真负责的精神所打动。我感觉到他们是真正地在用他们的心灵、意志和对保险营销事业的执着追求来写作的。

总序

Prologue

只有本土的、民族的，才是国际的。能够为 130 多万保险营销员服务，为中国的民族的保险营销事业服务，这件工作本身就是令人自豪的创举。

我本人是在 1996 年进入保险营销界的，算下来已有 8 年之久，亲历了人寿保险的启蒙期、发展期、调整期和转型期。现在，环顾四周，就我那时认识的营销朋友当中，有的已经离开了保险界另谋他就；有的已经退居二线，高高在上做了领导；还有的在不断的跳槽中，或靠炒作生存，或逐渐消失；真正坚持到今天，依然自强不息和有所成就的人已是凤毛麟角。我以为，他们才是真正的英雄和真正的 MDRT 精神的化身。

如果您也有此同感，请认真地通过这套丛书，读一读他们。

谢谢大家。

洪 兴

2004 年 9 月于深圳

前言

美国著名公共关系专家戴尔·卡耐基说：“一个人的成功只有15%是由于他的专业技术，而85%则要靠人际关系和他的为人处事的能力。”他的这一论断特别适合从事与社会公众打交道的保险营销员。

对于保险营销员来讲，要想取得优异的成绩，除了保险专业知识外，首先要解决的问题是人脉资源问题，即如何才能寻找到准保户，包括他们在什么地方，通过什么途径找到他们，等等。其次才是技巧问题，即如何接近他们，包括用什么方式、什么语言、什么心态去接近他们等等。

保险营销员从事保险营销的生命力，除了取决于他的专业知识外，有没有持续开拓准客户的能力，将是一个非常关键的问题。因为，大多数人一生中只有少数的朋友，没有人天生就拥有极佳的人脉。除非你去寻找、去开发、去经营、去建立一个无穷无尽的人脉资源链。持续不断的人脉资源拓展，将是我们永续经营的前提。可以说，人脉资源耗尽之日，就是营销员离开保险公司之时。

如何拓展人脉资源，是每一位保险营销员都十分关心的事情。显然，人脉资源的拓展既有一定规律，又有一定的渠道。大凡成功人士，都掌握了这些规律，并建立了与自身相适应的人脉关系渠道。

Preface

前言

但是，系统地研究人脉资源的拓展问题，在大陆的保险营销界里还没有人认真做过。许多保险营销员在自己的实践中，对于如何寻找准保户的问题，或许知道一二，但未必了解全部。反过来，如果了解了全部，那么对于保险营销员来讲，则更有制胜的把握。这就是我们为什么要组织有关专家，并以座谈讨论的形式开发这一课题，将各种行之有效的实践经验介绍给大家的动机和出发点。

本书作者集八年的营销实践，同时又在总结了其他伙伴经验的基础之上，呕心沥血，纂写了这部经验之作。其中的部分章节曾在2004年的《保险文化》杂志上以连载的形式刊登过。据悉，有的营销团队将其作为晨会的宣导教材，有的营销团队干脆将其复印，人手一套。这样的价值，是连作者本人都没有想到的。

保险营销中的许多课题其实都是一种实践经验的探讨与交流，而非理论探索与教授。因此，我们希望以一种创新的精神，以一种双向互动的形式，将知识、经验、技巧和方法传授给大家，并使大家在学习中感到快乐。

本书在创作期间，曾得到了中国人寿保险连续5年荣获美国MDRT会员资格的蒋梦君小姐的热情支持与帮助，她为此书的创作提供了许多素材和建设性

前言

Preface

意见；此外，还曾得到了业界许多人士的支持、帮助、鼓励和诸多良好的建议。作者在此一并表示感谢。

本书适合于所有的保险营销员、培训讲师和组训专员工作使用，对其他行业从事营销工作的人士也有一定的借鉴意义。

读者在阅读此书之后，如有什么好的意见和建议，也可以随时与我们保持联系，通过电话、短信、电子邮件等方式向主持人提出问题、意见和建议。我们将尽力解答或邀请有关专家解答您的任何问题。

谢谢。

洪 兴

2004 年 9 月于深圳特区

引 子

Introduction

蒋梦君（以下简称蒋）：今天，我们邀请到的嘉宾主持人是中国人寿保险公司的洪兴先生。洪先生自1996年加入保险行业以来，一直致力于区域性保险市场营销策划，多有建树，是一位实战派人士。近年来，他为保险营销员如何拓展人脉资源做了不少探索性的工作，并创立了一门营销培训课程——《人脉资源拓展33招》。现在，我和洪先生一起主持，将“如何拓展人脉资源”的课题进行深入展开，希望能给大家的保险营销工作带来许多可资借鉴的经验与启发。

洪 兴（以下简称洪）：大家好。首先非常荣幸我有机会和大家一起探讨这样一个课题。

人脉资源拓展是我们保险营销员一个永恒的工作主题，也是大家从事保险营销事业的根基所在。因此，能够和大家一起探讨这个主题，是一件非常有价值的事情。

蒋：洪先生，每年都有许多保险营销员脱离组织。我看到的一份资料显示，全国现在在册的保险营销员有130万人，而曾经在保险公司做过保险营销员的人员累计起来已有700多万。他们先后都因为没有能力开拓自己的新主顾而惨遭淘汰。那么，寻找准保户真的是一件很难的事情吗？

Introduction 引 子

洪：对于初进保险营销界的朋友来说可能比较难。因为开拓准保户其实是属于公共关系工作，许多人此前并没有得到这方面的锻炼，但真正做出套路来后就不是很难了。俗话说：成功在于方法。只要大家找到了恰当的方法，就会取得成功。

我举一个例子。昨天，我到一位朋友的公司去参加他们的周年纪念会。那家公司刚成立不久，规模不大，但很注意公关形象，董事长的性格也热情好客。我发现平安寿险的一位保险营销员也在那里忙进忙出。董事长把她介绍给我，说你们是同行呀。我们于是一起聊了起来。原来，这家公司的董事长是她的一位客户，很欣赏她的个人公关能力，一有事儿就请她过来帮忙打理。前天，她接到董事长的邀请，说公司行政事务方面的人手少，希望她能在公司周年纪念日帮助接待一下来宾，她当即就答应了。因为她想这是她拓展人脉资源的一个绝好机会。昨天，她真的打扮一新，早早地就来到了这家公司，帮助老板打理接待事务。后来她告诉我，她已和 100 多位前来祝贺的各界人士交换了名片，并且彼此都留下了良好的印象。

蒋：这样看来，要想拓展人脉资源，方法还真的很重要。

洪：对。这就是我们要讲的人脉资源拓展法中的第一招：参加各种商务公关活动。

保险营销思想库

NEIRONGJIANJIE

• 内容简介

本书作者集8年的保险营销经验，同时又总结了其他伙伴的经验，呕心沥血，撰写了这部经验之作。本书系统详细地介绍了各种可能寻找到人脉资源的场所，以及在这些场所如何建立人脉资源，是一本实践性、指导性很强的书，保险营销员完全可以按图索骥，去拓展自己的人脉资源，从而获得成功。

X U N J I N T A N B A O
X U N J I N T A N B A O

目

录

目录

第一招 参加各种商务公关活动

1

- 一、参加客户公司的开业庆典或周年庆典活动
- 二、参加主办单位的产品说明会、发布会、推广会
- 三、参加博览会、展销会
- 四、参加酒会、茶话会、座谈会

第二招 出席私人庆典礼仪

7

- 一、参加朋友的婚礼或生日宴会
- 二、参加社会公众人物葬礼

第三招 光顾高级娱乐场所

12

- 一、保龄球馆
- 二、室内游泳馆
- 三、健身房
- 四、星级宾馆里的高级舞会

第四招 参加各种成人培训班	_____	19
----------------------	-------	----

- 一、机动车辆驾驶证培训班
- 二、电脑操作培训班
- 三、模特培训班或体形训练班

第五招 组织或参加专业沙龙聚会活动	_____	24
--------------------------	-------	----

- 一、摄影沙龙
- 二、象棋爱好者
- 三、养鸽爱好者

第六招 参加各种旅行团	_____	28
--------------------	-------	----

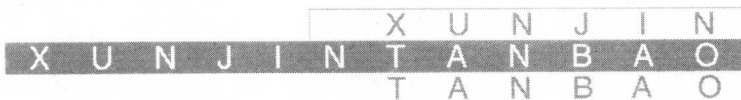
- 一、参加旅行社组织的旅行活动
- 二、自助式旅行

第七招 组织社区活动	_____	33
-------------------	-------	----

- 一、保险营销进社区的几点意义
- 二、社区健身运动
- 三、开展家教活动

第八招 与社区中的服务型机构合作	_____	39
-------------------------	-------	----

- 一、与社区医疗服务机构合作
- 二、与社区幼儿园合作
- 三、与其他生活服务机构合作



第九招 成为高档商品供应商的朋友

46

- 一、世界品牌笔记本电脑供应商
- 二、轿车供应商和专业维修店
- 三、房地产开发商
- 四、高级成套浴室卫生设备供应商
- 五、高级美容厅

第十招 择邻而栖

54

- 一、MDRT精英们是怎么想的
- 二、贺小姐的工作室开在哪里
- 三、陈小姐的工作室与牙科医生为邻
- 四、在高级写字楼展业的成功之道

第十一招 结成战略联盟

60

- 一、马先生与影楼摄影师
- 二、彭小姐与星级宾馆里的公关先生
- 三、战略联盟的本质以及我们怎样开展夏令营

第十二招 与成功人士为友

64

- 一、可以给你带来高质量客源的八类人士
- 二、如何接近成功人士
- 三、杨先生的个人经验

第十三招 充分运用报纸广告栏中的客户信息 69

- 一、余先生怎样看报纸广告
- 二、显信息与隐信息的概念
- 三、许先生怎样利用报纸广告信息做成了大保单
- 四、营销主管与银行小姐的故事

第十四招 利用电视人物专访和事件专访 77

- 一、朱先生是怎样赢得董事长的青睐的
- 二、于先生的展业高招
- 三、如何捕捉本市电视新闻中的商业价值

第十五招 给当地报纸写稿或提供专栏文章 81

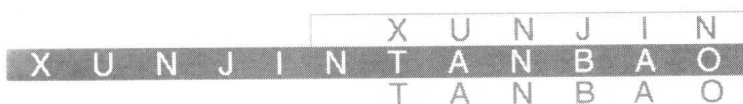
- 一、梅先生的专栏文章
- 二、许先生的业余爱好

第十六招 开展广告公关 85

- 一、《深圳晚报》上的小广告
- 二、公园树林中的小铁牌
- 三、陈小姐的个人彩色宣传单

第十七招 给企业客户做培训 89

- 一、兰先生的培训之道
- 二、李小姐的礼仪培训
- 三、许先生的竞争力



目 录

第十八招 利用个人特长拓展人脉资源

93

- 一、陈小姐的好嗓子
- 二、参加健身俱乐部的收获
- 三、帮助家教，开展文化补习的收获

第十九招 如何挖掘公园里的人脉资源

97

- 一、公园里的卡拉 OK
- 二、公园里的舞蹈训练班
- 三、数码相机拍出人脉资源

第二十招 名片店里的小秘密

104

- 一、杨小姐的故事
- 二、我自己的一次经历
- 三、其他可以获得大量名片的地方。
- 四、两个非常好的优质准客户名单来源渠道

第二十一招 参加各种义务工作队

108

- 一、协助机场开展健康登记
- 二、协助社区开展人口调查

第二十二招 人才市场里的秘密

112

小张的成功故事两则