

Insurance

保险增员艺术

李源源 著
飞思教育产品研发中心 监制

业绩快速提升

art



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

Insurance

本书作者李源源先生系中国保险培训网首席培训师、北京工商大学保险研究中心客座讲师，在保险营销行业从业五年以上，积累了大量的营销实战经验，并且在中国的大江南北演讲近百场，在业内影响力颇深。

本书是《保险营销艺术》的姊妹篇，《保险营销艺术》自上市后受到广大保险从业人员的欢迎，本书根据作者多年从事保险营销的实战经验，以保险行业非常重要的基本工作——增员为主题，是一本研究增员人与增员对象之间心理发展过程的专业化心理分析的书。书中以帮助保险营销人员开展增员工作为根本，力求理论与实践相结合，以生动真实的案例介绍了增员的困惑与排解、有效增员的心理突破、增员的艺术与技巧、增员的教育与训练等方面的内容，保险营销人员通过全书的学习，能够更好地解决工作中所面对的种种难题。

读者对象：

本书适合于保险从业者学习使用。



ISBN 7-121-00595-6



9 787121 005954 >

飞思在线: <http://www.fecit.cn>

本书贴有激光防伪标志，凡没有防伪标志者，属于盗版图书。



总策划：郭晶
执行策划：何郑燕
责任编辑：何郑燕
封面设计：张跃

ISBN 7-121-00595-6

定价：15.00元

nsurance

保险增员艺术

李源源 著
飞思教育产品研发中心 监制

业绩快速提升

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

Insurance

内容简介

Insurance

本书作者李源源先生系中国保险培训网首席培训师、北京工商大学保险研究中心客座讲师,在保险营销行业从业五年以上,积累了大量的营销实战经验,并且在中国的大江南北演讲近百场,在业内影响力颇深。

本书是《保险营销艺术》的姊妹篇,《保险营销艺术》自上市后受到广大保险从业人员的欢迎,本书根据作者多年从事保险营销的实战经验,以保险行业非常重要的基本工作——增员为主题,是一本研究增员人与增员对象之间心理发展过程的专业化心理分析图书。书中以帮助保险营销人员开展增员工作为根本,力求理论与实践相结合,以生动真实的案例介绍了增员的困惑与排解、有效增员的心理突破、增员的艺术与技巧、增员的教育与训练等方面的内容,保险营销人员通过本书的学习,能够更好地解决工作中所面对的种种难题。

本书适合于保险从业者学习使用。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

保险增员艺术 / 李源源著. —北京: 电子工业出版社, 2005.1

ISBN 7-121-00595-6

I. 保... II. 李... III. 保险业务—销售 IV. F840.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 122152 号

责任编辑: 何郑燕

印刷者: 北京中科印刷有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编: 100036

经 销: 各地新华书店

开 本: 900×1280 1/32 印张: 7.625 字数: 195.2 千字

印 次: 2005 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 6000 册 定价: 15.00 元

凡购买电子工业出版社的图书,如有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系。联系电话: 010-68279077。质量投诉请发邮件至 zltts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

快速提升保险营销业绩

面对中国进入 WTO 之后扑面而来的知识经济浪潮，保险营销的理念、方式，也在起着翻天覆地的变化。据有关数据显示，中国现有保险代理人 100 万左右，保险公司 50 多家，专业机构 200 多家，这是一个蓬勃发展的行业。要想在这个行业成就一番事业，成为一个优秀的保险人，除了应具备“诚、忠、信、仁”外，还应当掌握保险行业各个层次的操作技巧，冷静思考知识经济的发展对人类社会经济活动所产生的一切影响，深入分析知识经济条件下经济、金融、贸易、营销等方面所发生的一切变化，尽可能具体、准确、系统和完整地考察未来经济金融运行的机制、规律、方式和特点，以增强理论上的预见性、策略上的针对性和行动上的自觉性，全方位搞好各方面的准备工作，整合自身及身边的一切资源，并对从事的保险工作进行策划。只有这样，保险才能成为一门艺术，才能使您在工作中得心应手。

“我们销售的是明天，不是今天；我们销售的是安全、内心的安详，一家之主的尊严，以及免于饥渴的自由；我们销售的是牛奶、面包、家庭的幸福、子女的教育、圣诞节的玩具和复活节的兔子；我们销售的是利益，不是金钱；我们销售的是希望、梦想和祈祷。”

——伯特·派罗

随着中国进入小康社会，人们从心理上已经渐渐接受保险，但保险人要真正与客户达成共识还有一定的距离，在营销过程中保险人总还会遇到许多问题。市场上面向保险人的图书中很少有为保险人遇到的问题提出解决方案的。

为了满足保险行业人员学习的需求，电子工业出版社飞思教育产品研发中心组织出版了《保险行业教材》系列图书，该系列的作者和顾问队伍由业界资深专家组成，面向保险从业人员，可作为保险行业的培训教材。

《**保险营销艺术**》：深入剖析如何快速提升营销业绩的秘籍，李源源老师“跨越巅峰，成功有约”课程配套教材。

《**保险增员艺术**》：结合案例介绍增员的技巧与要点。

《**保险讲师艺术**》：成为一名优秀保险讲师的宝典。

《**保险领导艺术**》：全面介绍领导的御任天职，提升保险领导者能力的技巧。

丛书的特色在于：

- 根据作者在全国保险行业进行的数百场讲座提炼而成，结合中国本土国情的保险专业图书；
- 由业界资深人士编写，总结多年成功的保险营销管理经验；
- 宏观理论与实际操作有机结合；
- 案例包括保险人最常遇到的问题与解决办法。

我们的目标是把每一本书做精做细，以回报读者对我们的信任，衷心希望我们的读者为我们提供有价值的意见和建议，共筑飞思辉煌的明天。

我们的联系方式为：

咨询电话：（010）68134545 68131648

电子邮箱：support@fecit.com.cn

服务网址：<http://www.fecit.com.cn> <http://www.fecit.net>

通用网址：FECIT、飞思、飞思教育

飞思教育产品研发中心

时光流水般地飞逝,《保险增员艺术》一书终于与读者朋友们见面了。这是在《保险营销艺术》出版以后的又一拙作。在此期间,得到了很多读者朋友来电、来函,热情关注,对于此书迟到的出版,笔者表示万分的歉意!

《保险营销艺术》曾得到了众多读者朋友的厚爱,在此笔者表示无限的感激。如果说《保险营销艺术》能够给您带来一些启迪,那么这次出炉的《保险增员艺术》则更加鲜明地道出:**增员是您保险营销事业成功的天梯。**

从保险营销事业一路走来,笔者已经奋战在这个战线近十年的光景。尤其是近五年的演讲培训生涯,能够亲身接触了大量驰骋在一线的营销同仁,得到了更多的一线资讯和市场变迁的原委,也深知营销同仁们寻求成功秘诀的迫切心情。但是,非常值得探讨的增员问题,却往往被营销同仁们遗忘。所以在这里不得不与朋友们研究招募增员的深层次意义。

我们对于保险营销制度的理解和执行,已经不能仅仅局限于市场初期营销方式的扁平化了,所以要有更深远的营销战略谋略。实际上保险营销制度的本身,是多层面的复式营销模式。同仁们完全可以通过保险个人营销制度的增员机制,获得保险营销事业的突破。如果忽略了这个问题的实质,就等于只用了一条腿走路,您将失去保险营销事业真正成功的机会。

您也许为招募增员感到迷茫,在《保险增员艺术》中,笔者列举了一些案例并进行讲解。这些都是本人在增员实

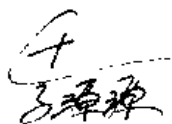
insurance

实践当中的真实体验，可供同仁们参考。其实招募增员问题的关键，是要知道它同样也是在进行营销，只不过是在营销一种职业，营销一个能够获得人生成功的机会。我们只不过是在引爆了人们对保险营销职业的兴趣以后，满足人们对于职业的需求。

《保险增员艺术》是一本研究增员人与增员对象之间心理发展过程的专业化心理分析的书。作者力求揭示和解决招募增员当中的深层次问题，但是**最好的学习是招募增员的实践**。如果您能够在一线进行实战，再结合本书的理论学习，就一定可以事半功倍。

您在阅读此书的时候，或许还是一位新人，真心希望能够通过对本书的学习，使您领悟到招募增员的真正内涵。相信用不了多久，您就会成为保险营销团队的领军式的人物。

在此诚挚地感谢徐丽琴、张秀芬同志给予了大力的支持，如果没有你们的无私付出，就没有此书的顺利出版。同时也特别感谢为此书的出版而付出努力的电子工业出版社飞思教育产品研发中心。



2004年11月1日于北京

第1章 锦绣前程.....1

保险营销人员在职业生涯当中，无不都是在追求和探索成功的秘诀。然而成功的秘诀究竟是什么呢？在保险营销价值体系当中，最具魅力的成功是通过招募增员模式获得的。

1.1 招募增员是成功的天梯	2
1.1.1 拒绝平庸	9
1.1.2 转换人生角色	12
1.2 梦想的伟大	14
1.2.1 完全成功模式	16
1.2.2 增员的超值风暴	19
1.2.3 大格局的成功操作	21
1.3 选对池塘再钓鱼	23
1.3.1 职业与前程	24
1.3.2 步入学习型的团队	25
1.4 占据人生事业的制高点	27
1.4.1 市场倍增学的原理	27
1.4.2 保险营销的价值链	29

第2章 增员对象的困惑与排解 31

招募增员同样也是营销，只不过营销的不是产品，而是保险营销职业。更确切地讲，是人生不可多得的成功机会。保险营销业由于招募了大量的优秀人才，才得以使我们的事业延续，所以招募增员的任务更加重要。

2.1 拒绝心理的产生.....	33
2.2 增员对象拒绝的深层次原因.....	46
2.2.1 解除心中的盲点.....	47
2.2.2 正确的职业价值观.....	49
2.3 掌握增员对象的心理轨迹.....	51
2.3.1 激发成功的信念.....	55
2.3.2 寿险营销的无限持续性.....	60
2.3.3 增员对象的选择.....	67
2.4 舒缓增员对象的矛盾心理.....	70
2.4.1 事实的力量	71
2.4.2 团队的力量	76

第3章 有效增员的心理突破 79

营销心理学，越来越受到人们的重视。尤其是在保险营销领域，更是不可多得的有力分析工具。招募增员的过程，实际上是人们心理之间抗衡的过程，了解了增员对象的心理特征，才能有效地突破增员心理界限。

3.1 增员对象的需要.....	80
------------------	----

3.1.1 增员对象对职业的需要	80
3.1.2 马斯洛 (A.H.Maslow) 需求理论	89
3.2 增员对象行为心理分析	92
3.2.1 增员对象的态度差异	93
3.2.2 增员对象的三对心理矛盾	106
第4章 增员艺术与技巧	115

如果世界上的任何事物都经过艺术化的处理，那么可以说：世界已经到了最绚丽多彩时代。正是基于人们的这种理想和追求，我们才尽可能地将事物做到完美。招募增员同样也会遇到这类问题，所以必须要增强我们的增员艺术，才能使招募增员处于不败之地。

4.1 招募增员的步骤及谋略	116
4.1.1 增员目标市场的锁定	117
4.1.2 招募增员面谈方法流程	136
4.2 准增员的筛选原则	153
4.2.1 为何要进行增员的筛选	154
4.2.2 性格取向测验问卷	157
4.3 招募增员工具的种类和使用	166
4.4 必须强化提升的五项修炼	168
4.4.1 具有说服力的语言	169
4.4.2 职业使命	171
4.4.3 坚定乐观的态度	172
4.4.4 鲜活的职业热情	173
4.4.5 专业专精是取胜的法宝	174
4.5 招募增员的心智哲学	175

4.5.1	教学相长与感恩的心.....	175
4.5.2	保险营销的“四有”益处.....	177
4.5.3	保险营销产生的七大机会.....	179
4.5.4	招募失败的八大困惑.....	181
4.6	减少脱落也是增员.....	184
4.6.1	增员脱落的原因.....	185
4.6.2	增员在四个象限中的转化.....	186
4.6.3	象限的留存力.....	188
4.6.4	增员留存的培训道路.....	189
4.6.5	保险营销职业与其他行业的对比.....	192

第5章 教育与训练..... 195

教育与训练是增员当中的重中之重，因为它关系到增员的实际留存问题。每一位增员的到来，能否健康快速地在团队当中成长，教育与训练是必不可少的关键问题。所以提高团队的留存率，教育训练同样是增员的关键。

5.1	教育训练的目标.....	195
5.2	教育训练与辅导.....	198
5.2.1	增员的岗前训练.....	198
5.2.2	增员的岗上辅导.....	203
5.2.3	增员必须养成的是什么.....	220
5.3	创造教育训练的奇迹.....	221
5.3.1	树立晋升的目标.....	221
5.3.2	教育训练的辅导诊断.....	222
5.3.3	辅导训练方案的执行.....	224
5.4	全日行事行为整合.....	226

1 锦绣前程



每一个人都渴望能有一个璀璨的人生。而在每一个人的面前，都有一张无瑕的白纸，在静待着人们去勾勒出秀美壮观的人生蓝图。所以追求完美的人生，就成为了人生当中最重要的课题！

在追求完美人生的过程当中，我们必须直面越来越激烈复杂的竞争与挑战，所以学会智慧地生存和发展，就显得尤为重要。在重视人文科学的发达国家，探讨人生和追求个性化的发展，已经形成了一种趋势。

随着中国进入了 21 世纪的高速发展阶段，保险行业的激烈竞争帷幕已经拉开。在保险业的大环境当中，竞争的格局更为异常突出，究竟谁能够赢得保险营销这盘棋，取胜的关键在于拥有鲜活的思维和全新的操作模式。

鲜活的思维，就是要丢弃陈旧的固守思维，取而代之的是富有生命力的全新思考模式。这是一场观念意识上的突破，是未来人生格局变迁的重要转折点。

究竟如何才能赢得保险营销的成功，是每一位保险营销同仁都在探索的问题。任何事物都有自己独特的地方，保险营销同样也是

如此。如果能够把握保险营销事业的核心所在，就可以为赢得成功奠定良好的基础。

1.1 招募增员是成功的天梯

就在高科技飞速发展的数字化时代，人们对招募增员还不知道是什么时候，保险营销队伍的大军，就已经声势浩荡地挺进到了全国各地，轰轰烈烈地展开了激烈的竞争。

增员究竟是什么？为什么要招募增员？对于刚刚进入保险营销队伍的同仁和准备进入的人来说，这一切都是新奇的。

究竟招募增员能够给保险营销人员带来什么呢？无数的事实告诉人们：招募增员是保险营销事业成功的天梯，能够让您的人生如花似锦，能够让保险营销事业大成异彩。很多成功人士的亲身经历，足以证明这一点。

招募在传统行业里，并不是所有人都有权利进行的事情。但是在保险营销行业里，情况就完全不同了。每个保险营销人员，都可以通过大量的招募工作，组织建设一支自己统领的营销团队，从而可以将自己的保险营销事业，推向事业的巅峰，真正实现自己的成功梦想！

通过招募增员的方式，来发展和壮大属于自己的营销组织，是一条走向成功的快捷之路。如果用一句话来讲述招募增员的确切意义，那就是：“发展团队组织是保险营销事业成功的天梯。”没有比这句话更为贴切的了，这也是众多保险营销业内资深人士的深切感受。

只有通过成功地招募增员，您才能成为真正的领军式人物，从而改写自己人生的剧本。您在阅读此书的时候，或许还是一位刚刚加入保险行业的新人，那么对您来讲，就会具有更加深远的意义，您事业成功的火种就有可能从阅读此书而点燃！请相信自己，将来您一定会成为大放光彩的领军式人物！

寻求改变自己人生，就需要机遇的到来。这里讲的创造机遇，不是静静地等待机遇的到来，而是在动态的工作和生活当中，积极努力地去争取和尝试各种存在成功的机会。这种争取和尝试新事物的行动，就是创造机遇的过程。

很多成功人士就是通过及时捕捉到保险营销这个机遇，才有可能在这个尝试的过程当中得以成就事业。例如：国内各家保险公司或者保险代理公司经理级别以上的人士，无一不是保险营销事业的佼佼者。所以只要最大化地拓展自身的视野，不轻易放弃保险营销这个机遇，您的人生就非常有可能成就一番事业。

为改写人生命运而努力追求的人，首先自身需要有内在的原动力，这种内在的原动力就是蓄势待发的自身潜能。我们每个人具有多少这种内在的动力呢？可能连我们自己也说不清楚，因为在这个世界上，不了解自己的人实在是太多了。

能够全面地分析和确认自己，是人生架构的重要基础。我们只有真正了解自己以后，才能够采取积极的态度把握自己，寻求人生当中的真正自我。

一件事情可以改变人的一生，一句话同样也可以影响人的一生，这已经不是什么传奇的新闻了。要改变自己人生的轨迹，就要

从很多成功事例当中激发自己。

这里我要与大家分享一个真实感人的故事。这是发生在2000年冬天的事情。当时我在北京南二环路附近的加油站给汽车加油，忽然听到有人在背后叫了我一声：“李老师。”

我回头一看，原来是一位中年妇女，她正在给一辆白色捷达牌轿车加油。从神态和衣着上看得出来，她是一位充满自信的职业女性。正当我狐疑之际，她开口说道：

“李老师，您认不出我了吧！”语气爽朗而热情。

我当时的感觉是似曾相识，可又一时想不起来她是谁。

“我是北太营业区的常小玲呀！您想起来了吗？当年还是您给我面试的呢！”她一边说着一边热情地和我握起手来。

“原来是你呀！你的变化太大了，要不是你主动和我打招呼，我还真认不出你来呢。”

我感到有些激动，眼前的她，不由得使我想起了三年前……

当时保险公司正在开展大增员的活动，由我兼任营业区的面试工作。有一位同仁，招募到一位年近四十的中年妇女，需要我对她进行面试。

当面试开始的时候，她在那位同仁的引领下，小心翼翼地移动着渐渐失去风韵的身体，满脸疑惑地向我走了过来，表情呆板地坐到了我的对面。

我粗略地打量了一下，她的衣着极为简朴。从那早已超过实际年龄的脸上，看得出来，她是一位饱经沧桑的女人。虽然

头发已经花白，但是梳理得却很整齐。于是我开口问她：

“您以前做过营销吗？”

只见她揉搓着手，摇了摇头说：

“没有。”她的表情略显得有些紧张。

“您就让我试试吧，我能够学会的。”我还没有继续表问，就被她的话打断了。

这时，表们的目光对视了一下。在这一瞬间，我发现她的目光中，透视出一种神秘的力量，似乎正在期待着释放，给我的感觉她有很多的话要讲。

“您觉得自己能够做好营销工作吗？”我试探着问她。

“我相信自己一定能够干好的。”她的回答干脆利落。

“您以前有过像今天这样的面试经历吗？”说完后，我用不解的目光看着她。

我之所以这样问她，是因为我感觉现在的她和两分钟前相比，有了很大的差别。

“没有过，这是第一次接受面试。”她回答的声音不高，但是非常诚恳。

“您能够告诉我，为什么要从事保险营销工作吗？”

她看了我一眼，脸上的表情开始变得复杂起来，支支吾吾地对我说：

“不瞒您说，我有一个女儿，今年二十三岁。自从出生到现在一直患有糖尿病，天天要靠药物来维持。而且我丈夫的身体也不好，我们夫妻又都下岗。可是孩子每个月都需要很多的