

寿险

销售业务精解

李胜芳◎编



SHOUXIAN XIAOSHOU YEWU JINGJIE



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

寿险销售业务精解

李胜芳 编

 **中国经济出版社**
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE
北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

寿险销售业务精解/李胜芳编

北京: 中国经济出版社, 2010. 1

ISBN 978 - 7 - 5017 - 9715 - 8

I. 寿… II. 李… III. 人寿保险 - 销售学 IV. F840.62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 000574 号

责任编辑 后东升

责任印制 常 毅

封面设计 白长江

出版发行 中国经济出版社

印刷者 三河市佳星印装有限公司

经销者 各地新华书店

开 本 787mm × 1092mm 1/16

印 张 14

字 数 267 千字

版 次 2010 年 1 月第 1 版

印 次 2010 年 1 月第 1 次

印 数 1 - 6000 册

书 号 ISBN 978 - 7 - 5017 - 9715 - 8/F · 8209

定 价 22.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

前言

“好干的工作不好找,好找的工作不好干。”如果你以一个欲加入寿险营销者的身份,去询问一位正在招聘的业务员,那么肯定你能得到这样的回答:“你肯定适合干保险,你放心,我们公司有新人培训,我还会带着你跑保险,没问题,你一定能胜任,我相信你!”

如果你具有健全的智力、健康的身体、一般的文化程度、普通的沟通能力,那么你完全可能成为优秀业务员,换言之,你能靠卖保险吃饭,而且可能是吃好饭。

但是,你从入行到成为优秀业务员的时间,究竟有多长?

三个月?半年?一年?三年?十年?……

在此期间,如果你死吊在保险一棵树上的话,你会不会饿死?当你决定走一条道路的时候,你就选择了一种生活方式,在踏上征程之前,你不但应该看到辉煌的目标,也应该看到前进路上的艰难困苦,酸甜苦辣。

寿险业务员职业,可以用两高两低来概括其职业特点。

两高,是指寿险业务员淘汰率高,劳动强度高。

两低,是指寿险业务员社会地位低,劳动保障低。

1. 淘汰率高。你无法想象,保险公司究竟需要多少名业务员,其招聘的时间可说是每一年、每一季、每一天,任何时候都需要人。除了保险公司,你很难想象还有哪家公司的营销部几乎就是培训部,为何如此?很简单的一条解释就是:一是人们不愿干保险,招聘人困难;二是这项工作难度大,很多人不能在这个行业生存,只得挟着皮包走开。这个行业一般淘汰率高达90%以上,理当荣获淘汰率第一名。

2. 劳动强度高。寿险业务员每天挟着一个皮包走来走去,签一张单,轻轻松松挣一笔钱,也许有人还有这样的想法,报纸上还在吹嘘所谓精英业务员的业绩多少,佣金多少,买车了,买房子了,似乎保险业务是最为暴利的行业。但是,当一名初入行的业务员,拿着500元保证金换来的保险费收据,站在陌生人的面前,询问他买不买保险的时候,这名业务员就像是站在命运之神的面前,“不买!”“没空!”“保险公司是整亲戚整朋友,整完朋友整自己!”当听到这样粗暴无情的拒绝时,要有多么坚强的意志力去承受?当这种拒绝成为家常便饭时,要有多么顽强的毅力才能坚持?每天风吹日晒,霜打雨淋,车费、电话费全是自己掏腰包,保险公司一概不管。当然,你也可以说我可以不这样辛苦,没人来强迫你,下雨天,完全可以不出去拜访嘛,刁钻的客户我不理

睬他嘛。这听起来似乎有道理,但如果你卖保险真得如此潇洒的话,那么结局可能就是
你被通知办理离职手续,原因很简单,连续两个月业绩为零。

3. 社会地位低。当你走进一幢办公大楼时,发现门口上书“保险推销,谢绝入内”
时,你心中一定打翻五味瓶,也许你是共产党员,对不起,保险公司的党组织只管正式
员工的组织关系,寿险业务员免谈,你的组织关系该在哪个居委会就在哪个居委会,该
在哪个破产企业就在哪个破产企业。当你看到人才市场上,保险公司招聘业务员的摊
位前冷冷清清,与别的公司火爆场面大相径庭时,你大概不会睁着眼睛说白话:“我是
白领”。推销员准确说既不是白领,也不是蓝领,而是灰领。有些求职者在报纸求职
启事中写上“谢绝保险推销”字样。

4. 劳动保障低。众所周知,业务员靠业绩提取佣金,不管你曾经有多么辉煌的业
绩,只要你不能持续不断地签单了,你就最终要离开公司。一般还不是公司管理层勒令
你离开,绝大多数是自己悄悄地离开。当别的业务员又是领奖品又是去旅游,你被晾在
一边的时候;当像中学生的成绩排行榜一样的业务员业绩排行榜上,你总是名列下游的
时候;当因为没有业绩而囊中羞涩的时候,即使没有任何人逼你,看起来你的唯一前途也
应该是挟着皮包走开。难道你愿意像傻瓜一样长久待在那里?而一旦你离去,你的客户
资源,你的意外伤害保险,你的医疗保险通通与你无关,保险公司全部收回了。在别的行
业,按劳动法,职工在辞职时,应按在企业工作一年发给相当于工资一月的辞职补偿金,
在保险行业,对不起,没有,因为你不是保险公司的员工,你同保险公司签的代理合同的
第一条就标明,本合同不代表甲方(指保险公司)和乙方(指业务员)具有雇佣关系。所
以,尽管你每天参加早会,有时还参加夕会,尽管你按公司要求填写拜访记录,客户记录,
尽管你准时参加公司举办的各种活动,比如 3.15 消费者活动日上街咨询等,你仍然不是
保险公司的员工!这样,保险公司就有理由不管你的养老、住房……这种营销制度来自
于美国,是 1993 年美国友邦保险公司将此制度首先引进到上海,国内保险公司纷纷效
仿,而且一学就会,哪里去找这样便宜的劳动力呀,这个办法好。也正因为如此,保险业
被认为是下岗职工,尤其是女性下岗职工和家庭妇女聚集的行业。

如果你看了这些,还没有被这一职业的艰辛酸涩吓倒,那么恭喜你,你就非常适合
做寿险业务员。

寿险业务员是一个极富挑战性的工作,一个优秀的寿险业务员的正确职业定位应
该是爱的使者、高尚的理财规划师,他们所做的工作就是满怀着自豪感,通过日复一日
对爱与责任的启迪,形成一种影响别人的力量,即让万千百姓重视保险、相信保险,并
且最终帮助一些人、一些家庭购买保险。

一个优秀的寿险业务员应该具有的品格大致包括以下几方面:

1. 敬业爱业,主动热情

保险产品,不是看得见、摸得着的有形商品。寿险业务员推销的就是一种观念,是

对近期或者远期可能发生的某些事件的风险转移。正因为如此,主动购买保险的是少数。寿险业务员要以“凭着爱心与信任,主动热情去接近,能量付出一百分”的姿态和面貌,积极主动地寻找客户,激发保险需求,帮助建立保障。有人说得好,在每个家庭门口转悠的只有死神和寿险业务员,寿险业务员的工作朝前一步,死神的脚步就会缩后一步。从事保险推销,难免会从客户那里受到委屈,有挫折也有煎熬。只要心中有爱,委屈一时的自尊,完成对客户一生的大爱吧。

2. 态度诚恳,形象专业

靓丽英俊的外表与销售成功并没有必然的联系,而诚恳的态度,却能在客户心中树立起很好的形象。在寿险业务员的眼中,所有的客户在需要建立保险保障这一点上是相同的,而没有金钱、地位、权势上的区别。对待地位低下的人不藐视、不冷落;对待有钱、有权、有势的人,不低三下四,降低自己的身份,对任何人都应该平等而热情,诚恳而坦率。说话时的口气不必咄咄逼人,但态度一定要诚恳而坚决。

3. 知识广博,专业精深

保险业对从业人员的素质要求越来越高,不见得学历高就一定能够成功。一个优秀的业务员应储备专业的保险知识,以及由保险衍生出来的金融、法律、财税、医学等多方面的知识。除此之外,寿险业务员还要不断地学习客户心理学、行为科学、社会学、人际关系学等多学科内容,并在实践中不断地感悟和总结。

4. 为客户着想

寿险产品是依据客户的需求“量身定做”的一款特殊商品,一个优秀的寿险业务员应该具备这样的能力,即站在客户的立场上,根据个人财务状况、家庭经济结构等,帮助客户分析保险需求、制订计划、选择产品。这个时候,寿险业务员的身份是一个参谋、一个理财规划师。只有真正为客户利益而非为佣金着想的时候,客户才能得到满足,得到满足,他随时会想到你,甚至推荐客户,帮助寿险业务员在工作中形成良性循环。

5. 向更高的境界迈进

寿险业务员有四个境界,第一个境界是卖关系,很多业务员从家人、亲戚、朋友开始“下手”,但当关系资源萎缩时,营销业绩也就昙花一现了;第二个境界是卖产品,赶上保险公司新推出一个险种,有竞争优势,业务员用产品去打动客户;第三个境界是卖需求,业务员激发客户的保险需求,然后根据客户的财务状况帮助客户分析保险需求,选择产品;第四个境界是卖规划,业务员从为客户理财角度,为客户提供一揽子的金融咨询服务,甚至为客户投资提供财务顾问。一个好的业务员要从较低的境界向较高的境界前进。

第一章 寿险业务员基本知识

第一节	寿险业务员的态度和观念	3
一、	寿险业务员的态度	3
二、	寿险业务员的理念	7
三、	寿险业务员的品格	8
第二节	寿险业务员的业务知识和能力	10
一、	寿险业务员的知识结构	10
二、	寿险业务员的基本能力	12
三、	寿险业务员的自我管理能力	14
四、	寿险业务员的推销基本功	16
第三节	寿险业务员的社交礼仪与语言艺术	16
一、	寿险业务员的社交礼仪	17
二、	寿险业务员的语言艺术	19
三、	寿险业务员的人格魅力与气质风度	21
第四节	保险从业人员行为准则和工作职责	22
一、	寿险业务员的行为准则	22
二、	其他保险从业人员的工作职责	24

第二章 保险代理基本知识

第一节	保险代理一般知识	31
一、	保险代理的概念、特征	31

二、保险代理合同	32
三、保险代理业务程序和内容	37
第二节 保险代理人职业定位	42
一、保险代理人概念	42
二、保险代理人和保险经纪人的区别	44
三、保险代理人的权利、义务报酬及法律责任	45
四、保险代理人的资格和执业规则	51
第三节 保险推销业务	53
一、保险推销业务准则	53
二、保险推销的特殊性	54
三、保险推销的一般方式	56
四、重视客户的素质	56
五、向美国同行学习	57

第三章 寿险客户开拓

第一节 寻找客户	63
一、开拓客户的重要性	63
二、寻找客户的途径	64
三、寻找客户的一般原则	65
四、寻找客户常用方法	67
第二节 客户的选择与开拓	69
一、客户资格的审查	69
二、建立潜在投保者卡	73
三、开拓客户的基本方法	74
四、创造和提升保险产品的附加价值	83
五、顾问式推销	83
六、客户开拓实例	84
第三节 大客户的开拓	86
一、高额保单卖给谁	86
二、打开大客户的钱袋	87
三、开拓大客户的技巧	88

第四章 接近客户

第一节	接近客户的准备	93
一、	心理准备	93
二、	物质准备	94
三、	必要的推销工具	95
四、	出访前的准备	96
第二节	整理客户资料	97
一、	建立客户卡	97
二、	建立系统的客户档案	98
第三节	制订拜访客户计划	101
一、	拜访计划的要素	101
二、	拜访计划的内容	102
三、	慎选访问的时间	103
四、	选择优先拜访对象	106
第四节	与客户接触	107
一、	自我介绍	107
二、	握手与寒暄	110
三、	收集资料,培养感情	110
四、	激发客户的保险购买欲	114
五、	进行保险种说明	115
第五节	保险营销洽谈	116
一、	初步洽谈的常用方法	117
二、	洽谈要有的放矢	118
三、	营造良好的洽谈气氛	122
四、	洽谈中要随机应变	123
五、	洽谈中的语言技巧	125

第五章 化解客户拒绝

第一节	洞悉拒绝的缘由	131
一、	客户拒绝的表现	131

二、客户拒绝的种类	132
三、客户拒绝的原因	133
四、分辨拒绝的真假	135
五、客户拒绝的常见理由	136
第二节 处理客户拒绝	137
一、处理拒绝的一般原则	138
二、处理拒绝的常用方法	138
三、灵活运用对话术	141
四、处理拒绝的措施	144
第三节 处理客户异议	147
一、正确认识客户异议	147
二、客户异议的类型	147
三、处理客户异议的态度	148
四、处理客户异议的基本步骤	150
五、处理客户异议的方法	150
第四节 预防客户拒绝	153
一、合理组织保险宣传内容	153
二、灵活实施保险宣传	154
第五节 化解客户拒绝	155
一、化解拒绝的高招	155
二、让客户说“是”的策略	156
三、让客户说“是”的技巧	157
四、回应拒绝的技巧	158

第六章 促成客户签单

第一节 促成签单相关知识	163
一、促成签单的基本原则	163
二、促成签单对寿险业务员的要求	164
三、促成签单的方法	165
第二节 顺利促成客户签单	167
一、达成交易的条件	167
二、判断客户的购买点	167
三、保险产品说明	169

四、促成签单	171
五、成交辞别	172
六、有效的成交方法	173
第三节 促成签单技巧	174
一、多次促成技巧	174
二、辞别客户技巧	175
三、不同类型客户促成技巧	177
四、促成签单细节	178
五、促成签单案例	179
第四节 保险签单相关问题	182
一、不成交时应该注意什么	182
二、何时才算真正促成	183
三、促成时应注意哪些事项	184
四、如何避免客户反悔	187

第七章 保险售后服务

第一节 理赔是售后服务的核心	191
一、理赔服务	191
二、其他售后服务	192
三、做好售后服务的理由	194
第二节 保险售后服务的内容和类型	195
一、保险售后服务的内容	195
二、保险售后服务的类型	198
第三节 保险售后服务的方法	199
一、定期服务的方法	199
二、不定期服务的方法	200
三、及时服务客户	201
四、解决抱怨要有耐心与技巧	202
第四节 保险售后服务的延续	203
一、培养固定的客户群	203
二、保持固定的客户群	208
三、拓新单与续旧单	210

第一章 寿险业务员基本知识

寿险业务员需要多方面的修养和知识,美国的一项调查表明,优秀寿险业务员的业绩是普通寿险业务员业绩的 300 倍,这个数字准确与否不能完全肯定,但却说明了一位素质良好的寿险业务员所拥有的成功的机率较一般寿险业务员大大提高。一位效率非凡的寿险业务员到底应具备怎样的条件呢?本章就作为一位寿险业务员所应具备的必备条件将进行详细阐述。

第一节 寿险业务员的态度和观念

保险代理与一般产品销售在内容、形式上有很大不同。因此,作为代理活动的主体,寿险业务员除了应该具备一般业务员的共同态度和观念外,还应该具备一些特殊态度和观念。

一、寿险业务员的态度

成功是每个人都在争取和渴望的奋斗目标,但能否最终达到这个目标,良好的心态是一个关键的因素。一名寿险业务员一定要充满信心,知难而进,热情诚恳,富于创新,具有积极的心态。具体体现在以下几个方面:

(一)对保险满腔热情

作为一名寿险业务员必须奉行这样一个信条:“我们代理的保险是一份爱心保险产品,所做的是为人类谱写爱的篇章,推动的是人类的事业,在事业上有时会遭遇挫折,但相信自己的服务是最好的,一定能够取得成功。”

在国内外,有很多保险公司,每天都有早训。早训的目的就是为了培养员工工作的敬业精神,调适好工作的心理。事实上,大多数的业务员也都做到了奋发向上。

一个优秀代理的业务员,必须热情洋溢,对自己的保险产品充满希望。缺乏热忱,必定做所有的工作都不会持续太久。

对于客户而言,他们可以感受到业务员的热忱。业务员越是热忱,越是投入,就越能说服客户投保。

只要我们能以热忱感动客户,引起他们的热情,就很容易让他签下投保书。他们必须对你的保险产品感到满意,对你这个人有好感时,才会向你购买保险,把保险费放心地交到你的手上。

这种热忱的精神,是发自于内心的,它能够使最艰难的事情迎刃而解,也能够让你努力不懈地工作。

你在哪里,就把热忱带到哪里。它会带给你神奇的力量,让你成为一名优秀的业务员。

业务员以满腔的热情,非常礼貌地对客户介绍,可客户不买账,并且不理解,还大骂寿险业务员。

“不要再来向我推销保险了!”你们这帮业务员,就会赚我们的钱,保费给你们,你

们转眼就拿走了一半！你们业务员呀，都是来骗钱的！”这样的行为肯定会伤害寿险业务员的。

在业务员进行保险展业的时候，像上面这样的客户，可能每天都要碰到好几个。有的客户的言辞甚至更激烈。这种认为“寿险业务员赚的就是我们客户的钱，保费就被他们骗走了”的思想在客户中是普遍存在的，有时寿险业务员虽然反反复复苦口婆心地跟客户解释，结果还不是一样——费力不讨好。

成功不是放在嘴巴上说说就行，想要追求成功，就必须有正确的态度以及一个明确的目标，且目标是可达到的。一般情况下，目标一旦确立，就不再随意改变，要坚定、努力地朝目标一步一步迈进，绝不能半途而废。

日本推销之神原一平讲解过关于保险推销成败的经验，他说：“保险推销成败的关键是什么呢？一般人都认为推销的技巧与策略是决定成败的关键，其实错了。当然推销成败的关键固然与推销技巧有关，但却不是完全由技巧决定的，技巧固然重要，但运用推销技巧成败的得失取决于一个人的态度。换言之，同样的技巧在态度不同的情形中所产生的功效是不同的。”

从上述原一平的经验中我们可以得出，决定保险成败的因素是业务员的态度，即抱着何种态度去运用各种推销技巧。

寿险业务员对保险的态度有以下五种：

1. 对自己的态度；
2. 对推销保险的态度；
3. 对挫折的态度；
4. 对客户的态度；
5. 对保险产品的态度。

案例

27岁时，原一平进入日本明治保险公司当寿险业务员，开始了他的保险推销生涯。在此之前，他是令人讨厌的小太保，无法在乡下待下去而来到东京谋生。当时，他失去了生活来源，穷得连中餐也吃不上，晚上露宿公园。

有一天，原一平向老和尚推销保险。原一平详细地说明之后，老和尚十分平静地说：“听完你的介绍之后，丝毫引不起我投保的意愿。”

老和尚接着又说：

“人与人之间，像这样相对而坐的时候，一定要具备一种强烈吸引对方的魅力，如果你做不到这一点，将来就没有什么前途可言了。”

老和尚又说：

“年轻人，先努力改造你自己吧！”

“改造自己?”原一平满脸疑惑地问道。

“是的,改造自己,首先要认识自己,你知不知道自己是一个什么样的人呢?”

原一平一头雾水,只有听的份儿。

老和尚又说:

“你在替别人考虑保险之前,必须先考虑自己,认识自己。”

“是的,”老和尚语重心长地说,“赤裸裸地注视自己,毫无保留地彻底反省,然后才能认识你自己。”

老和尚的一席话,如当头棒喝,改变了原一平的一生。其后,为了全面认识自己,改造自己,原一平请来了客户,召开“原一平批评会”,请人批评自己,挑自己的毛病,然后逐条改正。由于全面改造自己,正确对待自己,原一平终于成为一代推销大师,被誉为日本保险业的推销之神。

这个案例中的日本推销之神原一平先生的经验正好说明了态度在推销中的重要性。确实,态度的力量就这么神奇,它是保险推销成败的关键,老和尚的教诲,至少说明了做任何事所持态度的重要。

(二) 坚忍不拔的精神

根据统计,寿险业务员上门访问客户一次的成功率是微乎其微的,特别是在进行陌生拜访时,经常会遭遇拒绝、面对尴尬,例如登门拜访时被拒之门外,给客户打电话竟遭抢白,等等。这时,就不以为情绪所动。面对一次次拒绝,必须及时调整好心态,永远保持良好的心态。保险代理人所从事营销是一项开拓创造性的工作,必然伴随着一系列困难,要想获得成功,没有百折不挠、勇往直前的韧劲和勇气是绝对办不到的。日本保险推销大王原一平,为了争取一个公司的总经理投保,费了3年零8个月的时间,走访71次,终于使其家族以及公司全体成员投保。作为一名保险代理人,应该不怕拒绝,不怕失败,敢于迎接逆境的挑战。

(三) 真诚热情,实事求是

真诚、热情的态度,是寿险业务员所必不可少的基本素养。

真诚首先表现在,寿险业务员在保险推销过程中应该讲真话,实事求是,言行一致,如实地传递保险信息。切忌为达成交易,不惜采用欺骗和利诱的手段进行推销,比如夸大保险的保障作用,隐瞒除外责任的重要事项,对条款作虚假的说明,片面强调有利于自己推销的保险条款中的某几条。若如此,寿险业务员充其量对同一客户做成一笔交易,切断了以后交往的可能性,同时,感情受到伤害的客户会把对该寿险业务员的坏印象通过各种渠道扩散出去,其负效应不可低估。

真诚还表现在寿险业务员的表率作用上。一个寿险业务员自己一张保单也没买,推销保险时就很难令人信服。

另外,一名寿险业务员,对待保险推销工作必须极富热情,并对客户真诚热情,这样客户才会在寿险业务员的真诚热情的感动下而强化购买保险的决心。再者,寿险业务员工作极富挑战性,在成功之前可能会经受无数次失败的打击,如果没有对保险代理工作的热爱和极大的热情,极可能在一次次拒绝的打击下自信心和工作热情一点点消耗殆尽。

案例

要和客户交知心朋友。一位客户生了一个男孩,我去之后对年轻父母先祝贺,并以真诚心情谈了抚养小孩的一些亲身经验,同时把有关儿童的各种险种展示给她,帮她设计最实际的险种:我用真诚推销了自己,得到她的好感,她一次就给孩子投了十份保险。她又介绍她的姐妹、朋友等参加保险,总计保费近2万元。又如客户石某领小孩来到商场购物,我主动上前和小孩打招呼,但她说小孩听力弱。我记下地址后,到处询问治耳弱的方法,并在母亲节给石某送去一束鲜花以表祝贺和敬意。在我的真诚和热情感召下,石某和孩子两人一次就保了1万元。

(四) 勤于思考,勇于创新

寿险业务员每天都要面对新的环境、新的客户,迎接新的挑战,所以代理是一项需要创新精神的事业。一个纸制品厂的寿险业务员就是依靠这种创新精神向一家厂主售出一大批纸箱的。那个买主的祖籍在欧洲,寿险业务员便写信给一位欧洲系学家索来该厂主的家庭族徽。他们在设计包装纸箱时将族徽印上去,厂主见后大喜,向那个寿险业务员包下这笔生意。

我们来看具有创新精神的房地产寿险业务员是怎样为那些空闲房屋和利用率较低的房屋找出补救办法使其增值,从而获得巨大收益的。一位房地产女业务员的委托人陷入困境,他的1000多平方米的空厂房一直卖不出去。女业务员想了一个办法:将空厂房隔成许多小间,用最吸引人的价格出租;她还在租约里加进了改建费,此计果然灵验。

创新不一定需要天才,只在于找出新的改进办法,任何事情的成功,都是因为能够找出把事情做得更好的办法。因此,我们需要养成勤于思考的习惯。中保一位经验丰富的寿险业务员,靠勤于思考找到了一套行之有效的推销方法,下面是他的成功体会之一:到一个单位做保险要有针对性,谁是关键人物要心中有数。如我去“教师之师”,那里有位姓韩的同志是那个单位有名的精明人。开始好多人要参加保险,可他说不如储蓄利率高,结果别人都听从他的意见,说:“他保我就保。”经过我和韩先生谈论保险的风险利益和保障,不但韩先生投了保,其他人也都投了保。