



中国平安保险集团有限公司、
中国太平洋保险、中国人寿保险(集团)、
中国人民财产保险股份有限公司
等企业力荐的营销话术

保险销售话术 模板与应对技巧

冯源 著

让你少说 **2/3** 的话，

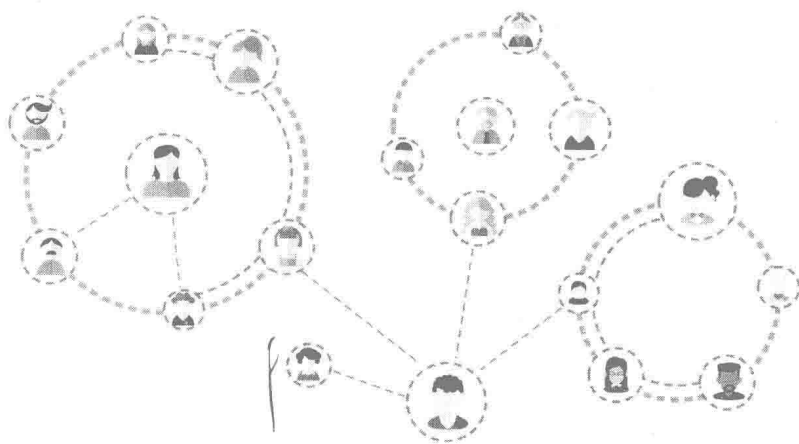
多签 **200%** 的单。

海量的案例，针对性的说话方式，
见招拆招，解决保险销售中所有“软钉子”。

河北科学技术出版社

保险销售话术 模板与应对技巧

冯源著



河北科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

保险销售话术模板与应对技巧 / 冯源著. —石家庄:
河北科学技术出版社, 2015. 2

ISBN 978 - 7 - 5375 - 7480 - 8

I. ①保… II. ①冯… III. ①保险业务 - 销售 - 口才
学 IV. ①F840. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 044129 号

保险销售话术模板与应对技巧

冯 源 著

出版发行 河北科学技术出版社

地 址 石家庄市友谊北大街 330 号 (邮编: 050061)

印 刷 香河县宏润印刷有限公司

经 销 新华书店

开 本 710 × 1000 1/16

印 张 14.5

字 数 190 千字

版 次 2015 年 6 月第 1 版

2015 年 6 月第 1 次印刷

定 价 35.00 元

前言

保险销售是一项具有挑战性的工作，它不仅考验了开口营销的有效性，还考验了如何迅速机敏地回答客户问题的能力，更给打破理屈词穷的销售场景提供了一次实战机遇。

同样从事保险销售行业的工作人员，为何存在着如此大的差距：自己辛辛苦苦做5年，不如别人做1年？切记，这个时候尤其需要自信，这是因为我们的方法不对，营销话术不行。以往我们认为“酒香不怕巷子深”，现在我们要带着这些好酒主动去营销，那就需要精美的话术才行。

人们常说“江山易改，禀性难移”，性格是天生的，好多人觉得自己性格内向，无法胜任一名保险销售员的工作，更不能具备好口才。这是一种先入为主的错误的理解。好的保险话术并非一个人与生俱来就具备的，这是保险销售员在经历无数次失败或者成功的营销后用自己切身体验换来的，更是保险销售员在不断摸索和思考后练就的，是厚积薄发的酝酿，是十年如一日用心工作的结果。曾国藩曾说：世间事，最怕的就是“坚持”二字。一旦专注于一件事情，不成功也难。

管理学上有个奥卡姆剃刀原理，把它运用到营销中就是：用最小的成本获得最大的收益，用最简捷的手段获得最有效的结果。而如何锻造一把属于保险销售员自己的剃刀，是至关重要的。完美发挥口才的魅力，是很多保险销售员梦寐以求的愿望。保险销售话术就是口才的体现，雄辩而饶有趣味的口才，将会给保险销售带来事半功倍的效果，通过一本保险销售话术书籍的阅读，提升销售员的口才水平，以最小的成本获得营销实践中最大的收益。翻阅一本床头的书籍，学习保险销售能手的经验总结，如此快捷地吸收别人营销成功的话术，以期获得有效的结果，这就是奥卡姆剃刀原理的体现和运用。口才的锤炼不仅可以通过保险营销实践获得，也可以通过书本学习获得，这也是本书的核心与精华所在。

本书从开场话术、初次拜访的表达技巧话术、产品营销话术、挖掘客

户需求话术、高效提问话术、应对异议话术、排除客户的借口话术、促成交易话术 8 个角度全方位展现了保险销售员在实际营销工作中可能会遇到的销售情景，每章节下又有 3~4 个模板，每个模板下又有不同的情景，针对每个情景，本书分别提供了保险销售员需要掌握的话术技巧和模板，通过真实的情景对话，提高保险销售员的沟通能力。

从本书中，你将学习到几句话就吸引客户的兴趣的话术技巧；你能学到与众不同打动人心的客套话；你能学到初次拜访的表达技巧；你能学到抓住时机巧妙赞美客户的话术；还能在阅读书籍的过程中，学到通俗易懂而有针对性的产品推介词；学到保险宣传如何做到满足客户需求的方法；学到如何挖掘消费潜力的知识；学到如何以拉家常的形式知晓客户购买力的技巧；学到高效提问的学问；学会如何巧妙处理客户对需求的异议的方法。通过上述内容的学习，不仅能提升保险销售话术水平，还能通过大量丰富翔实的真实案例让保险销售员熟悉每一种情景，进而做好应对之策。让保险销售员在进行保险营销实践操作之前，先进行理论上的熏陶，全面提升个人的口才水平，并学习到相关的保险知识。

这本书区别于理论性著作，因此，它没有枯燥的说教，没有纷繁复杂的数字，只有通俗易懂而又经典的案例，通过案例让保险销售员明白不同的话术策略带来的不同营销后果。在这本书中，我们紧密结合保险销售的前沿，广泛涉及了老百姓最为关注的一些话题，进而进行有针对性的话术回应，可以说兼顾了保险行业产品营销的大部分话题。本书内容丰富，信息量大，若是能做到每天看一则话术，并进行练习掌握，相信假以时日你会有意想不到的收获。当然，保险从业人员要清楚，本书只是从广泛的营销案例中节选的一部分，并不能涵盖所有可能出现的营销案例，因此，实际营销工作中，保险销售人员不能生搬硬套，而是要学会因地制宜、因时制宜地灵活运用书中的方法和话术策略，如此才能提高自己的话术水平，才能提高自己的销售水平，让你内心中最初萌动的销售梦变成现实，从而真正成为一名销售精英。

作者

目录

contents

01

第一章 别出心裁的开场白：点石成金，几句话就吸引客户的兴趣

- 情景1 独特的开场，拉近与客户距离的话术 / 3
- 情景2 因地制宜，巧妙见客户 / 10
- 情景3 与众不同打动人心的客套话 / 15
- 情景4 以休戚相关的表达吸引客户 / 17

02

第二章 初次拜访的表达技巧：不落俗套，消除客户的顾虑

- 情景1 有创意的表达，带来全新的效果：借助有知名度的第三方 / 23
- 情景2 抓住时机巧妙地赞美客户 / 26
- 情景3 学会聆听，客户至上 / 30
- 情景4 设身处地，为客户着想 / 36
- 情景5 认真提取客户信息，找到初次见面消除紧张的突破点 / 44

03

第三章 知己知彼，提高产品营销话术，让客户满意

- 情景1 通俗易懂而有针对性的产品推介词 / 55
- 情景2 保险宣传如何做到满足客户需求 / 61
- 情景3 适时地运用数据，让表达更有说服力 / 68
- 情景4 明白客户的需求，为客户做规划 / 74
- 情景5 如何让客户相信保险对其有利 / 81

04

第四章 设身处地，有备而来，挖掘客户需求

- 情景1 了解客户信息，有备而来，挖掘消费潜力 / 91
- 情景2 以拉家常的形式知晓客户的购买力 / 102
- 情景3 为客户规划，互动中提出自己的建议 / 109
- 情景4 让客户明了自己当务之急的保险需求 / 120

05

第五章 赢在对话：高数提问的学问

- 情景1 选好时机再提问：塑造融洽的气氛 / 129
- 情景2 运用恰当的提问方式 / 135
- 情景3 巧妙回应客户 / 144

06

第六章 心平气和，应对异议，消除客户心理障碍

- 情景1 如何巧妙处理客户对需求的异议 / 149
- 情景2 让客户消除对产品的异议 / 155
- 情景3 增加客户对公司的信用，其实有办法 / 165
- 情景4 选择合适的支付形式，消除客户异议 / 168

07

第七章 未雨绸缪，细致入微，排除客户的借口

- 情景1 客户拒绝如何回应 / 183
- 情景2 客户故意拖延怎么办 / 190
- 情景3 不同类型的拒绝如何回应 / 196

08

第八章 促成交易：客户至上，保证签约

- 情景1 注重技巧，成功拿单 / 203
- 情景2 促成大订单，方法很简单 / 209
- 情景3 请客户给你介绍客户的秘诀 / 214
- 情景4 用细节为签单收尾 / 217

第一章

别出心裁的开场白：

点石成金，几句话就吸引客户的兴趣

作为一名保险销售员，如何在初次见面的时候，就让顾客对你产生好感，进而对保险产品产生兴趣，这非常重要。因此，开场白就决定了之后工作开展的顺利程度。掌握一些与众不同别开生面的开场技巧，在与顾客的聊天中把握主动性。

情景 1 独特的开场，拉近与客户距离的话术



模板 1 莫急功近利：结合自己人际网络，营造愉快气氛，争取互利共赢

人们在实际生活的交流中，不仅仅看重对方在给自己宣传什么，更看重对方能为自身带来什么，生活阅历、人生故事、看问题的角度等，因此，一个有故事的推销员去营销自己产品的时候，可以通过与顾客增加交流，讲讲自己成功的故事，失败的经历，谈谈对人生一些问题的看法，拉近与客户的距离，而不是一上来就宣传产品，让客户觉得是如此迫不及待地要掏自己腰包。人的心理活动是一个过程，只有真正走进对方的内心，才能让客户心甘情愿地作出选择，这样成功的可能性也比较大。

实战情景

王先生是一家咨询公司的总经理，他的一个朋友小李在一家保险公司工作，这位朋友不仅和王总有业务上的往来，他们还是大学时候的校友，而这位朋友多年的经历，让他在保险公司业务方面做得很成功。两个好朋

友也时常保持联系，都尽量为对方创造一些生意上的便利。一次，王总的另一位朋友小张的公司遇到了一些技术上的难题，这个公司刚刚开始筹划建设，在网站建设方面缺乏经验成熟的人才，王总想到了自己的朋友小李是计算机专业毕业，早年从事过网络建设和维护工作，把小李介绍给了小张认识，这样一来岂不是双赢。

小李：“您好，张先生，我和王先生是好朋友，他曾经向我说起您是自主创业，而且近年来取得了不错的成果，我听过后甚是钦佩，早就想来拜访您。刚巧昨天他对我说起您的公司在计算机技术上遇到了一点问题，所以就让我过来看看。您放心，我虽然是做保险的，但是对计算机这一行业还是很了解的。”

小张：“你是老王介绍过来的，我当然放心了，他昨天傍晚刚刚给我打过电话说起了您要过来，没想到您今天就赶过来了，真的是非常感谢。”

小李：“不要这么客气，给好朋友的朋友帮忙，是我该感到幸福的事。”

小张：“好啊，那我们先去看看这些让您‘幸福’的技术难题吧。”

小李：“好的。”

小张：“我昨天和老王通话的时候，听他提起您现在在保险公司工作，刚好我最近想给我们公司的员工买份保险，您看看可不可以给我规划一份保险方案呢？”

小李：“您是计划给员工买什么保险呢？”

小张：“我是这样想的，保险不能买成一种，因为我们单位有几位员工年龄相对较长，最好买健康险，另外几位的孩子正在接受高等教育，我想买成理财险，您看如何？”

小李：“您真是一个细心和热心的老板，他们有您这样的老板，是多么令人羡慕的事情。您刚刚说的观点，我特别赞同，‘因人而异，化解风险’，这正是我一向规划保险方案的原则。”

小张：“他们在我公司创办初期做了很多工作，给我默默的支持，在我感觉坚持不下去的时候，是他们的帮助和支持，让我坚定了信心。所以

现在公司慢慢发展起来了，我不能忘记了他们，一定会把他们的利益放在首位。”

小李：“相信你们如此团结一定能取得能更好的业绩。听了您的话以后，我向您推荐‘健康险’，这种保险的险种有20多种，基本涵盖了容易发生的一些重大疾病，而且这种保险有一大特点，就是一旦参保就会成为公司的股东，有权利参加公司的分红，而且是终生的，您觉得这个保险方案如何呢？”

小张：“这个险种听起来相当不错，但是和银行存款相比如何呢？”

小李：“关于您说的这个问题，是这样的，这个保险合同规定缴费要满15年，15年之后如果您不想存了，可以将这笔钱取出来，这意味着可能获得比银行利息还多的回报；这个保险其实就是您用利息买了一份保险，在缴费期满后，如果不把钱取出来，可以得到公司的分红，是比银行存款更具优势的一种保险。”

小张：“听得出来您对自己的业务非常熟悉，不愧是老王介绍过来的。那咱们谈谈具体的事项吧。”

保险销售话术解读

一个成功的保险员知道如何利用自身周围的资源来开展业务。在这个营销的过程中，话术并没有起到根本性的作用，而是巧妙地结合自己的人际网络，在互利共赢中推销保险产品。这是面对新客户时候的办法。21世纪的到来，互联网改变了人们的交往方式，朋友的朋友也通过互联网展现在自己的面前，这对保险的销售开展提供了一定的信息。因此，可以通过深化和新客户的关系，帮助自身推广保险产品的品牌，扩充人际圈子。对于老客户，保险的推销工作相对好开展，在以往建立起来的关系基础上，可以让老客户介绍自己及产品给潜在的客户。营销工作只有善始善终，才能建立客户对你的信任度，获得老客户的信赖，信用与工作的尽责是保险

营销的重要指导原则，而话术是这种原则的延伸。

话术方式和策略

1. 适时地利用签单后的愉悦气氛

抓住签单后的愉悦场景，在和谐的气氛中，客户对于销售员的信任也随之增加，这个时候是进一步推销保险产品的时候，客户也会愿意将产品推荐给自己其他的朋友，抓住机会，一举两得。抓住那一瞬间的愉悦气氛，向客户提出请求，把他的朋友介绍给自己，利用这种熟人圈子拓展自己的客户网，在客户签单后，可以向客户简单咨询他朋友的具体情况，了解其具体的财务状况和保险需求，然后根据因人而异的原则，设计保险方案。

2. 杜绝急功近利的营销

保险工作要有一定的耐心，并不厌其烦地向客户解释，要让客户觉得保险真正是在为他自己着想，而不能一上手就生搬硬套给客户推荐产品，功利性太强是保险销售的大忌。

销售员小白：“李经理，您好，××公司的马主管和我多次提起您，对您的事业和人生都有很高评价。对您的经历我也表示很敬佩。今天他介绍我来给您推荐一款保险产品。”

李经理：“那都是朋友的厚爱和抬举，我的事业做得一般，没你想的那样好。”

销售员小白：“李经理太客气了。不知道李经理您当前对保险有什么需求？”

李经理：“小白啊，不好意思，之前一段时间就买过保险了，若是以后有机会我再联系你吧。”

保险营销不能太急功近利。目的性太强，只会让客户退缩，购买保险的意愿淡化。本来一些客户对保险就有一定的排斥，如果不加掩饰地表达自己推销的意愿，只会适得其反。营销工作是一个循序渐进的过程，不能强求，不能太着急。在本案例中，开始小白几句话说得不错，能起到拉近

与客户关系的作用，可是紧接着的一句话，让他急功近利的心态表露无遗，这就使得他的努力前功尽弃，销售的成功性中途夭折。



模板2 自信的自我介绍，热爱本职工作，才能赢得别人的肯定与信任

实战情景

保险销售员小田：“我所从事的这个工作，有些人充满了误解，有些人认为它无关紧要，还有人认为可有可无，我们的工作能在客户最困难的时候，在看不到人生希望的时候，为他们带来希望的曙光，我们的工作也是为他们提供一定的理财规划，让他们通过自己辛勤努力赚的钱，不仅能为当下提供保障，还能为今后的日子提供保障，让他们在面临风险和不确定因素的时候，能变得从容一些。那汪先生应该能猜出我的职业是什么了吧。是的，我是一名保险销售员，这份工作给了我生活的信心，让我有了成就感，看到曾经买了保险的客户在遇到困难的时候，能得到公司的保险金额，我感到由衷的幸福。”

客户汪先生：“看得出来，您很热爱自己的工作，您对这份工作的理解是客观公正的。确实，现代社会风险无处不在，我们需要你们提供这样的专业服务。”

保险销售员小田：“感谢汪先生您的理解，我也看得出，您的生活理念和其他人不同，与时俱进，又能以同理之心待人，实属难得。能和您聊聊吗。希望我没有耽误您的时间。”

客户汪先生：“感谢您的夸奖。没有耽误，我准备去附近的图书馆借几本业务书，在业余时间充个电。您知道现在竞争这么激烈，我必须努力。”

保险销售员小田：“您真是一位积极向上的人，能有这样的心态真的很难得。您方便告诉我您第一次购买保险是在什么时候吗，购买动因是什么呢？”

客户汪先生：“第一次购买保险，是在四年前。我清楚地记得那一年

我母亲身体不太好，一年感冒好多次，医生说她的抵抗力不好，加之母亲早年在为家操劳的时候，落下了一身的病，我就想着给母亲买个健康保险，如果以后生病了，能进好的医院，享受好的治疗，这就是我最初购买保险的动因。我家里兄弟姐妹多，其他几个都是务农的，没有工作，我就担起了这个责任。”

保险销售员小田：“听到您这么说，我很受感动，您不仅是一个孝顺的儿子，还是一位通情达理的兄长。您妈妈肯定会因为有您这样的儿子而感到骄傲。”

客户汪先生：“母爱是这个世界上最伟大的爱，俗话说，父母之爱子，必为之计深远。父母一心拉扯我长大，把我培养成一名大学生，今天，我给母亲买个保险，做个长远规划，也算我的一点孝心。”

保险销售员小田：“您说得非常对。这也是保险的精神，防止风险，长远规划。那您平时的理财都有哪些呢？”

客户汪先生：“我和我媳妇前几年要还房贷，近年来，我们把大部分钱存进银行，一小部分我买点股票，因为在股票投资方面我没有什么经验，所以份额很小。”

保险销售员小田：“我知道您的情况了。近年来，保险产品不断推出新品种。如果有一种保险产品，既能给您带来比银行更多的收益，还能为您提供一份完善的保障，您觉得如何呢？”

客户汪先生：“如果真有这样的产品，那再好不过了，简直就是一举两得嘛。”

保险销售员小田：“是的，这种保险叫分红型寿险，当下很受欢迎。”

客户汪先生：“分红型寿险？那它具体是如何操作的呢？”

保险销售员小田：“是这样的，这款寿险需要您缴费15年，您现在35岁，在您50岁的时候，就能领到红利了，这一款寿险需要您每年缴纳11230元，在15年满期后，您每年将得到15600元的红利，您觉得这款寿险产品如何呢？”

保险销售话术解读

良好的自我介绍是保险话术成功展开的第一步，它的成败直接决定了后续工作的开展，在具体的实践中，要有创意地进行自我介绍，不仅要善于利用各种具体情景，还要自信，热爱本职工作，用恰当的语言打消别人对保险工作的偏见和歧视。不能在客户面前过于拘谨和自卑，这样只会增加后续营销工作的难度。

话术方式和策略

1. 突出自身工作的优势

只有充分认识到自身工作的积极意义，并对它给社会带来的益处进行分析，才能在面对客户质疑保险工作的时候，进行可信的、有力的说服。如果能在这个过程结合身边的几个案例来说明保险工作的重要性，自然更好。只有这样，才能让客户感觉到你的正直与正派，给客户留下好的印象。

2. 在对比中用悬念吸引客户

客户吴先生：“请问您是从事什么工作的？”

保险销售员小曾：“我们的工作与医生类似，在别人最需要帮助的时候伸出援手，只不过我们借助的是广大客户的力量，来应对一些客户出现的意外和问题。我们的工作还和银行家相似，银行家只负责为您理财，而我们除了为您理财外，还能为您提供一定的保障。”

客户吴先生：“我知道了，您是从事保险工作的吧。您的比喻很恰当。”

保险销售员小曾：“是的，吴先生，我是××公司的一名资深保险销售员。”

保险销售员要在自我介绍前进行深思熟虑，争取用最朴实的语言，但是又真诚感人的语言表达出来，让客户看到你的自信与真诚，提升自己的身份，让客户对你的印象更加深刻。