

实战强化版

推销员实战情景模拟丛书



陈玉明/编著

保险 就该这样卖

升级版

上午看完，下午就能用。
成功签单，原来就这么简单！

- 保险8堂课，课课精彩！
- 105个场景，场场生动！



实战强化版

推销员实战情景模拟丛书



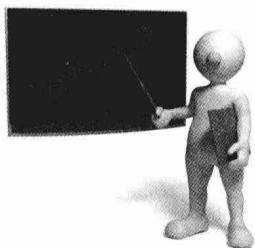
陈玉明/编著

保险 就该这样卖

升级版

上午看完，下午就能用。
成功签单，原来就这么简单！

- 保险8堂课，课课精彩！
- 106个场景，场场生动！



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书针对保险营销的实际,提供了105个模拟场景,分8堂课进行讲解。每个模拟场景均按实际问题、点评分析、方式和策略、专家建议的思路一气呵成,思路清晰,简明易懂。本书可以帮助保险销售人员坚定信心,增强保险服务意识,掌握保险推销技巧,提高保险推销过程中与客户沟通交流的能力,从而帮助更多的人认识保险,理解保险,购买保险,使他们在遭遇各种灾难时,能够撑起保险这把“保护伞”。

本书是保险推销员的必读书,也是保险公司进行员工培训的优秀读本。

图书在版编目(CIP)数据

保险就该这样卖:升级版/陈玉明编著. —2版.

—北京:机械工业出版社,2012.6

(推销员实战情景模拟丛书)

ISBN 978-7-111-38925-5

I. ①保… II. ①陈… III. ①保险业—市场营销学
IV. ①F840.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第136805号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:贾秋萍 责任编辑:贾秋萍 刘学

责任印制:杨曦

北京双青印刷厂印刷

2012年8月第2版·第1次印刷

170mm×242mm·17印张·1插页·221千字

标准书号:ISBN 978-7-111-38925-5

定价:38.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066

门户网:<http://www.cmpbook.com>

销售一部:(010) 68326294

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售二部:(010) 88379649

读者购书热线:(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

前 言

随着我国社会经济的发展及其与全球经济的相互渗透和依赖，商业保险这个曾经令人陌生的金融行业在我们的生活中也扮演了越来越重要的角色。特别是我国加入世界贸易组织（WTO）以后，保险业逐步开放，众多外资保险公司纷纷加入到国内保险行业的竞争中来。人们最直接的感受就是保险公司越来越多，保险广告铺天盖地，保险推销更是司空见惯。

常常听到有人说：“我最讨厌有人向我推销保险了，一天到晚总要接很多莫名其妙的电话，真是烦死了。”更有人一本正经地对准备和他谈保险的朋友或亲戚说：“有事说事，保险免谈，否则别怪我不客气了。”最可笑的是，居然有人总结了一个“三防”：防火，防盗，防保险。一边是保险代理人在大街小巷不畏艰难，千辛万苦，甚至是忍辱负重地向人们推销着各种各样的保险产品；一边是老百姓胆战心惊，唯恐躲之不及地拒绝自己的保障。究其根源，是因为在保险行业初期，行业管理不完善，从业人员素质参差不齐；一般老百姓缺乏保险意识，缺乏保险知识。

最近几年，保监会出台了很多政策和措施，对保险行业内出现的各类情况进行了修订和改进。老百姓的保险观念也逐渐成熟，人们纷纷意识到以前忽略、低估了保险的重要性。本应给人们带来保障的保险力量，在灾难发生后的中国土地上，却是如此的薄弱。经历了一次又一次的灾难，在悲痛的同时，更多人开始考虑给自己和家人买一份保险，换一份保障。

在保险行业蓬勃发展的大背景下，2009年7月，我们编辑出版了《保险就该这样卖》一书，书中系统而全面地讲述了与普通保险推销员密切相关的各方面知识。该书具有极强的可操作性和实用性，赢得了广大读者的喜爱。在3年时间内，该书重印9次，销量超过25000册，取得了良好的社会效益和经济效益。在此期间，我们收到大量的读者朋友来函来电，在



肯定我们工作的同时，也提出了许多中肯的意见和建议。

由于这几年保险行业逐步调整和规范，产生了很多新的变化，各种新的行业法规相继出台，现实中出现了许多新的保险销售模式和方法，很多朋友都期盼能有《保险就该这样卖》的延续作品问世。为此，我们根据现在社会上出现的新的保险销售方法，又重新改版编订了这本《保险就该这样卖·升级版》，书中除了介绍《保险就该这样卖》中没有涉及的销售模式以及销售观念以外，还详细地向读者朋友们介绍了现在最流行、最有效的一些销售方法。通过这种详细的介绍，以期能让读者朋友对保险销售有一个更系统、更完整的了解。

本书针对保险营销的实际操作，提供了 105 个模拟场景，分 8 堂课进行讲解。每个场景均按实际问题、点评分析、方式和策略、专家建议的思路一气呵成，思路清晰，简明易懂。本书可以帮助保险销售人员坚定信心，增强保险服务意识，掌握保险推销技巧，提高保险推销过程中与客户沟通交流的能力，从而帮助更多的人认识保险，理解保险，购买保险，使他们在遭遇各种灾难时，能够撑起保险这把“保护伞”。

本书最大的特点就是贴近现实，无论是场景实例还是点评分析，都以通俗而不肤浅的语言向你展示推销的艺术与技巧，有如一位朋友，为你加油，推动你勇往直前。毫无疑问，本书是保险推销员的必读书，也是保险公司进行员工培训的优秀读本。

随着外资保险公司的抢滩登陆，中国的保险业会慢慢地走上正轨，并逐渐成熟。也希望更多的有社会责任感的人才加入到这个行业中来，推动保险业健康有序地快速发展！

陈玉明

2012 年 5 月

目 录

前 言

第 1 堂课 资源开拓 客户资源拓展与客户筛选

每幢写字楼里都有你的客户	// 3
怎样让你的客户为你介绍新客户	// 4
透过网络,抓住显示屏后的潜在客户	// 7
等客户上门,不如上门找客户	// 9
办个保险讲座:每一个听众都是你的潜在客户	// 11
找准有决策权的重要客户	// 13
客户的节假日,正是你的工作日	// 15
摆展台,最扎实的耕耘	// 17
在最需要保险的地方找客户	// 19
亲情、爱情、责任——挖掘客户的绝佳途径	// 21
以公司为依托,开发优质客户	// 24

第 2 堂课 一线万金 电话沟通的技巧

让客户喝水不是你打电话的目的,你的任务是让他们觉得渴	// 29
拨号码之前,先想一个只有你的客户才能回答的问题	// 30
电话陌生拜访的技巧	// 32
怎样约见有过一面之缘的人	// 34
与客户约定面谈时间的方法	// 36
电话拜访中怎样找到决策者	// 38
电话拜访也可以采用试探法	// 40



电话拜访怎样绕过种种障碍	// 42
电话里被拒绝如何应对	// 44
做好老客户的电话回访工作	// 46
电话开场白应注意什么	// 48
如何与转介绍的准客户进行电话接触	// 51
如何利用电话邀约相熟的人	// 53
面对拒绝，再坚持一下	// 55
在电话中让对方对你感兴趣	// 57

第3堂课 没有不能说服的客户 化解客户拒绝的技巧

客户说“保险？没有多余的钱，负担不起”	// 63
客户说“我很忙”	// 65
客户说“我不需要”	// 67
客户说“我没钱”	// 69
客户说“我不相信保险，那是骗人的”	// 72
客户说“我从来不信任你们推销员”	// 74
客户说“保险不吉利，一保就有险”	// 76
客户说“保险免谈”	// 79
客户说“我对保险不感兴趣”	// 82
客户说“等别人都买了我再买”	// 84
客户说“人死了保险有什么用”	// 86
客户说“买保险容易，理赔时太难”	// 89
客户说“我考虑考虑”	// 92
客户说“我已经买了”	// 94

第4堂课 销售始于拜访 陌生拜访的交谈技巧

陌生拜访时与众不同的开场白	// 99
初次拜访如何引起客户的注意	// 101

巧妙运用故事举例法	// 103
学会倾听，让客户谈下去	// 107
专业的知识和详细的计划能赢得客户	// 109
陌生拜访从“我能帮助你吗”开始	// 112
你只有 10 分钟	// 114
如何在拜访中收集更多资料	// 116
怎么说服年轻人买保险	// 119
怎么说服父母为孩子买保险	// 122
怎样向女性销售保险	// 124
怎么说服有社保的客户买保险	// 127
巧妙说话，让客户陷入自己的“圈套”	// 129
平等互助，不要让客户看低你	// 131
巧用幽默化解尴尬气氛	// 134
 第 5 堂课 攻克难题 化解客户异议的技巧	
怕以后经济状况改变没有钱交	// 139
我很健康，不需要保险	// 141
我要和太太商量一下再说	// 144
我的钱随时有用，没有余款买保险	// 147
我买不起保险，还要省下钱来还贷	// 149
买保险划不来，钱都被保险公司赚走了	// 151
设计不错，但是太贵了	// 153
我的亲戚朋友都在做保险，我会找他们买	// 157
我不认为保险有多重要，只要有钱什么都能解决	// 159
以后靠孩子养我就可以了	// 162
客户始终不肯表露真正的意图	// 164
保险这么好，那大家怎么不抢着买	// 166



第6堂课 保证成交 促成签约的技巧

问出你想知道的答案	// 171
专业是最好的推销术	// 174
教你促成没有主见的客户	// 176
如何促成“我要考虑一下”的客户	// 178
如何促成对价格有疑义的客户	// 181
如何越过竞争对手促成签单	// 183
用比喻巧妙促成	// 185
用“开门红”促成客户签约	// 187
签约，该出手时就出手	// 191
不要让煮熟的鸭子飞了	// 193
如果我交了保费以后你不做了，怎么办	// 195
直接促成法	// 197
假设促成法	// 199
二选一促成法	// 200
如何攻克难以攻克的客户	// 203
富兰克林成交法	// 205
用幽默打开签单之路	// 208

第7堂课 服务领先销售 靠服务去缔造超凡业绩

服务客户贵在用心	// 213
延续的服务等于更大的回报	// 215
给客户一个理由来选择你	// 217
回访路上有黄金	// 219
真诚、贴心、快速理赔是成功的秘诀	// 221
客户要退保怎么办	// 223
锦上添花没什么，雪中送炭才难能可贵	// 226
真诚服务，让客户想着你	// 227

微笑——最贴心的服务	// 230
------------	--------

第8堂课 抓住大客户 开拓高额保单的学问

如何经营高端客户	// 235
如何寻找高收入客户群	// 237
签大单先练内功	// 239
让小保单成长为大保单	// 241
用心赢得老板客户	// 243
团险的关键是专业、产品品质和服务	// 245
用服务赢得团单	// 247
客户问题背后的真实含义	// 250
标新立异，用行动赢得客户	// 252
利用人类的虚荣心签成大单	// 254
“巧合”背后成就大单	// 255
把每次机会都当成最后一次	// 258



第 1 堂课

◎ 资源开拓

客户资源拓展与客户筛选



每幢写字楼里都有你的客户

场 景

一天，保险公司经理召集起部下，对大家说：“在这座大厦里有一个客户刚刚打过电话，希望购买寿险，并且说要签订上百万元的合同。此人姓名暂时不公开，可是请各位设法找到此人，完成这项销售任务。”

推销员们立刻分头去找。从那以后，推销员每天都能在大厦中签订几个合同，但谁也没找到那个愿意签订上百万元合同的人。

点评分析

看完故事，谁都知道那个要签订上百万元合同的客户是虚拟的，但这个虚拟的客户却给了保险推销员们“肯定能销售出去”的自信，从而充满信心地去进行推销。也正是这种积极的态度，使他们每天都能签下合同。可见，保险营销不能坐着等客户上门，而要保持积极热情的心态，制订更高的目标，并保有不断刷新自己纪录的勇气，只有这样，才会不断取得成功。

方式和策略

要想在保险界出人头地、获得成功，第一大法宝就是拥有积极的心态。每个人赖以成功的环境和条件各不相同，但有一点是相通的：要取得成功，就要有成功的思维方式，用积极的心态面对所遭遇的一切。保险营销这一行业极具挑战性和残酷性，作为保险推销员，必须自重、自尊、自爱。热爱保险营销，比任何人都重视保险、了解保险，把它融化到生命之中，成为自己生活的一部分，才能真正做好保险营销并走向成功。正视保



险推销中的挫折、漠然、嘲笑、拒绝、误解、怀疑，甚至侮辱、谩骂，坚持不懈，你才能成功。如果自己都瞧不起保险营销，这样你就很难在这个行业获得成功。

保险推销员只有对自己充满信心，相信自己能够胜任工作，在困难与挫折面前信心百倍、勇往直前，才能取得成功。保险推销是非常难做的工作，很多人对保险存在误解，不喜欢保险推销员。面对现实，保险推销员要明确一点：保险就是急用的现金。什么是保险营销？保险营销就是帮助别人，在他们需要钱时，送去急用的现金。保险会在一个人有困难时帮助他，在别人遇难时雪中送炭。比如，养老保险能使人们有一个幸福的老年生活，为建立和谐社会作贡献，这是利国利民的大事。所以，做保险做得成功的推销员都很有荣誉感。

心态决定命运，什么样的心态决定了什么样的生活。唯有心态摆正了，推销员才会感觉到工作的意义；唯有心态摆正了，推销员才会感觉到生活与工作的快乐；唯有心态摆正了，推销员才会感觉到自己所做的一切工作是那么的崇高。



专家建议

推销能否成功，决定于保险推销员的态度，而不是客户的态度。

怎样让你的客户为你介绍新客户



场景

推销员：石先生，我在保险行业已经工作很多年了，您是我非常重要



的客户之一。这些年我的客户已经累计有 500 多人了，刚开始客户比较少的时候，我常常亲自去做陌生拜访，包括您，当初也是我陌生拜访时认识的，现在想起来真是缘分。

石先生：是啊！要不是当初你那么执著地让我买保险，恐怕到现在我也没有那么多的保障啊。这几年还要多谢你经常关心我。你刚才说你已经有 500 多个客户，了不起呀！不过，如果为这 500 位客户服务，都像对我这样，你也太辛苦了。

推销员：辛苦一点是应该的，只是时间有些不够用。我要是回访老客户，就会影响新客户的开拓。不过也没有关系，在我回访老客户的过程中，老客户经常会给我介绍他们的朋友让我认识。很多人都需要保险，只是不知道找什么样的人来咨询，正好我可以帮助他们，一来是朋友介绍的，大家都放心；二来我见到他们第一句话就是“我来给朋友帮忙，买不买保险自己决定”，这样，对方就没有任何压力了。石先生如果您有朋友也可以介绍给我，我一定像对您一样，为您的朋友提供服务。也算您对我工作的支持。

石先生：明天你来一趟，今天晚上我给你推广一下。明天或许可以给你提供几个朋友的名单和电话，你去找他们谈谈。

推销员：谢谢石先生。

点评分析

保险推销员通过回忆以前交往的过程，首先提示石先生他们是认识很久的老朋友，并告诉这个老朋友自己已经有很多客户，面临忙不过来的局面，顺利地把话题传给石先生。在石先生理解自己推销工作性质的基础上，把握时机让石先生帮忙介绍朋友，并声明大家只是朋友，买不买保险不重要，大家互相帮助才最重要。如此真诚的态度，换成谁都会把身边的朋友介绍给他认识了。

方式和策略

成功的保险推销员都有一个成功的秘诀，那就是不断寻求转介绍



业务。有人说，做保险营销只要有前 10 个客户，再做好服务，业务渠道就算打开了。这句话不完全对。客户感激推销员的售后服务，可以有多种表达方式。帮忙推荐客户算是一种，但是关键还要看推销员如何引导，有时对方可能根本没有介绍客户的意识。因此，推销员应该主动请求客户介绍业务，并把它作为一项重要工作来做。

如何向客户寻求转介绍业务呢？通常可以采用“请您给我介绍几个熟悉的朋友吧！”或“能否给我介绍一下×××先生？”一旦与被介绍者成功见面后，就要对介绍人表示感谢，无论推销是否成功都应该做到这一点。如果推销成功后，一定要给介绍人送些小礼品，以便于再次请求对方的帮助。

保险推销需要学会借力，学会经营客户，经营人际关系。人际关系就像一张无形的网，彼此有联系，充分利用人际关系的这一特性，会使营销工作变得自然顺畅。

请求客户转介绍也要掌握好时机，才能水到渠成。通常有以下几种情况可以顺利达成：

- 促成保单之后，客户还处于推销员所营造的兴奋气氛中，只要顺其自然地要求转介绍，客户一般都会把朋友介绍过来。

- 递交保单时，已经成功地做了一份业务，此时客户对推销员的信任度很高。

- 送理赔金时，是推销员兑现诺言的实际表现，相信这时候客户也很满意，所以千万不要错过这个有利的机会。

- 计划书送出后，说明客户对保险并不是特别反感，只是还有一些客观问题影响而已。如果推销员从头到尾的服务都很好，客户会觉得有些对不起，这时候要求转介绍，成功率也很高。

- 销售面谈不成功的时候，向客户要求转介绍，不但能检测客户是否满意自己的服务，而且也是实现自己劳动价值的另外一种方式。

做一个热情友善的人，不要放过每一个结交朋友的机会。

透过网络，抓住显示屏后的潜在客户

场 景

高宁在外地做过编辑、办过企业，出过书、发明过专利，到重庆后两年时间换了三份工作。2003年通过保险代理人资格考试，正式加盟中国人寿保险有限公司重庆分公司，成为一名最普通的保险代理人。

初入保险行业，才到重庆两年的高宁没有任何人脉资源，于是他想方设法地开辟一些新的渠道。起初高宁想办一份《重庆保险报》，他花了四个月时间，筹集了所有资金，完成了前期的市场调查、创办方案，最后由于刊号的原因没有办下来。他又把精力转投在网络上，开始尝试网络营销。

首先，高宁自己投资五千元开设个人保险网站“重庆保险之家”，并在媒体上作了大量的推广和广告宣传。其次，他在保险网站注册个人主页，做好个人品牌宣传。之后，他在专业保险论坛担任版主，并不断学习保险知识、理财专业知识，提高网络管理能力。他把自己的资料、曾经发表的文章、公司网站里关于自己的介绍都放在网上，并积极回复网络上的客户咨询。同时，他还开展网络合作，与其他城市的网上同行建立友好关系，进行资源共享，他们在网上的重庆聊友有投保意向时，就会主动把信息传递给高宁；同样，高宁也会把其他城市的客户介绍给同行。

