

MIANDUI ZHONGGUO RENDE BAOXIAN

INSURANCE

高宇 主编

面对中国人的

保险推销术

MIANDUI ZHONGGUO RENDE BAOXIAN TUIXIAO SHU

内蒙古人民出版社

面对中国人的保险推销术

高宇 主编

*

内蒙古人民出版社出版发行

(呼和浩特市新城西街 20 号)

内蒙古新华科技印刷厂印刷

开本:850×1168 1/32 印张:11.75 字数:262 千

1998 年 11 月第一版 1998 年 11 月第 1 次印刷

印数:1-5000 册

ISBN 7-204-04462-2/F·181 定价:20.00 元

前 言

保险业是我国改革开放以来发展最快的行业之一,而且至今发展势头强劲,市场潜力巨大。

市场营销是当前国内人才市场数量紧缺、热度最高的专业之一,许多企业都为能拥有自己的营销高手而由衷地自豪,更为能网罗更多的人才而绞尽脑汁、用尽手段。

相比之下,保险营销人才尤其缺乏。

保险业务的经营特点决定了这一行业需要大批的营销人员。尽管随着保险业的发展,我国已初步形成了一支自己的营销队伍,但这支队伍无论从数量上还是从质量上都远未达到实际需要的水平。经过了20年的改革开放实践,我国的经济发展取得了举世瞩目的成就,由计划体制向市场体制的转变也已进入关键时期。随之,我国的财产市场获得了空前的发展,人民的

生活水平得到了极大提高。我国在不断完善法律体系的同时,社会保障体系也在发生着深刻的变化,过去由国家、集体一切包起来的做法正逐渐被社会共同承担所取代。而所有的这些变化都为我国保险市场的发展铺就了辉煌的前程,也是我国保险行业得以迅速发展的根本动力。

与此同时,由于我们在计划经济体制下长期以来未对企业的营销工作加以重视,有关产品营销的理论、专业设置、系统培训等工作都刚刚起步,形成了我国现有的营销管理人员、推销人员大多是半路出家,仅仅是凭着经验在工作的局面。而保险推销队伍中的个别人员不注重职业形象、不讲究职业道德的工作做法更使保险推销员的整体形象受到了极大损害。行业的快速发展与人才短缺的矛盾已经越来越突出地表现出来。

从国内保险市场的发展形势来看,随着我国保险市场的逐步开放,越来越多的外国公司凭借其雄厚的实力和先进的营销手段,已经并将继续在中国安家落户,参与对中国保险市场的角逐。这无疑是对我国民族保险业的有力挑

战,也昭示着提高我国保险行业总体经营水平的必要性与紧迫性。

《面对中国人的保险推销术》一书的特点,首先在于它有别于一般产品推销技巧的概括性论述,是一本专业讲述保险推销技巧的书,可操作性强。其次,它立足于中国的推销员读者群,在讲述过程中紧密结合中国的人文特点和道德意识,根据中国国情实际提出切实可行的推销技巧,因而对在国人中开展保险推销工作的推销员来说具有很强的针对性。再次,本书中列举了大量国内外保险推销的典型范例,既有很强的可读性,又可以帮助读者加深对某些论述的理解,并可在以后的工作中“举一反三”,因而还具有很强的实用性。因此,《面对中国人的保险推销术》一书,既是对系统保险推销理论的生动注解,又是对国内一般推销员培训教材的有益补充。

目 录

上篇 战前准备

前 言	(1)
第一章 冲破心理上的第一道障碍	(3)
1 推销保险是不是一阵“风”	(3)
2 3000 亿元的巨大市场	(4)
3 为什么不为“挑战者”投保	(6)
4 是谁糟践了保险推销员	(8)
5 绝对的名利双收职业	(10)
6 空口无凭 立字为证	(11)
7 烟盒里的名星照片	(12)
8 你的“成功商数”是多少	(15)
9 “钢琴王子”的双手价值 50 万美元	(20)
10 不仅是年轻人的职业	(21)
11 信念与“凯迪拉克”的较量	(22)
12 先把煤汽罐扛上楼再说	(25)

13	一天售出 122 份保单	(26)
第二章	拥有自己的营销特色	(29)
1	让顾客非买你的东西不可	(29)
2	想象与情人的约会	(30)
3	保险推销员的标准装束	(31)
4	用双眼去看对方的一只眼睛	(33)
5	尊敬名片等于尊重人格	(35)
6	伸出手对方不响应怎么办	(36)
7	“对不起,借把椅子可以吗?”	(37)
8	“我赌你一年之内不会死掉”	(40)
9	世界上会谈最短的推销纪录	(42)
10	千万不要吹牛皮	(44)
11	必要时要能够“没话找话”	(45)
12	收集背景资料	(47)
13	成功的五步骤与六步骤	(48)
14	保险推销进行曲	(51)
15	神秘的“49”	(52)
16	将自己的业绩提高两倍	(53)
17	和 2000 万人面谈过的杜鲁门	(55)
18	我是不是傻愣在那里没事干	(57)

中篇 征战谋略

第一章	接近顾客	(63)
------------	-------------------	-------------

1	参天大树的成长奥秘	(63)
2	陌生拜访的底牌	(66)
3	花几块钱就能防止火灾和失窃	(67)
4	从新房的布置情况谈起	(68)
5	“你这人的脑筋真差”	(69)
6	让顾客的回答只能是 YES	(70)
7	邻居家发生了火灾	(71)
8	小礼品的神奇力量	(72)
9	“这些是应该好好考虑了”	(72)

第二章 吸引顾客

1	无声胜有声的温情	(74)
2	耳听为“虚”的实效	(77)
3	创造距离美的成功步骤	(78)
4	吸引客户不挂断电话	(80)
5	无处不在的惊喜	(82)
6	本章特别提示	(85)

第三章 劝导顾客

1	买不买都没关系	(87)
2	边听边问的学问	(89)
3	假如你的收入突然中断	(91)
4	保险和储蓄不能相提并论	(93)
5	安定生活的好帮手	(95)
6	个别问题被提出后	(97)
7	提供解决问题的最有效方式	(98)

8	在马的眼前挑根红萝卜.....	(100)
9	“您每月有一天危险日期”.....	(102)
10	凭什么就签约交钱?	(103)
11	“您好比是全家的 8 号队员”	(104)
12	要一个鸡蛋还是两个鸡蛋?	(106)

第四章 安抚顾客 (108)

1	务必显出发自肺腑的笑容.....	(108)
2	做一个“语言画”画家.....	(109)
3	特别请主任一道来.....	(111)
4	“我推销的是一种思路”.....	(112)
5	突然间掏出合同书.....	(113)
6	寻找与顾客共同的爱好.....	(114)
7	尽量张大嘴巴说话.....	(117)
8	温文尔雅地把门带上.....	(119)
9	为顾客送上生日贺卡.....	(121)
10	销售面谈特别提示	(123)
11	销售面谈基本话语 55 例.....	(125)

第五章 拥有顾客 (130)

1	让客户的欲望达到最高点.....	(130)
2	他的眼睛睁得大大的.....	(132)
3	“我也碰到过你所碰到的问题”.....	(134)
4	促成面谈的 14 种技法	(136)
5	自己不能乱了阵脚.....	(142)
6	给客户 5 次下决心的机会.....	(144)

7 魔术促成签约法	()
.....	(147)
8 “我解释得清楚吗?”	(148)
9 向客户传递手中的笔	(149)
10 促成面谈特别提示	(151)
11 促成面谈基本话语 45 例	(152)
第六章 审视顾客	(156)
1 “拒绝”是什么意思?	(156)
2 客户的拒绝是真的还是假的	(159)
3 “我今晚亲自向您太太说明”	(161)
4 “您的朋友躲到毛毯里了”	(163)
5 有三分之二的人在说谎	(165)
6 把拒绝理由消灭在喉咙里	(166)
7 “这正是您应该购买的理由呀”	(167)
8 “我可不想我的孩子像他一样”	(170)
9 神奇的“为什么”问句	(171)
10 把最后的决定权交给客户	(172)
11 “请翻过来看看”	(174)
12 你的心思我很明白	(175)
13 “我只想和您做朋友”	(177)
14 “我一定是个差劲的营销员”	(178)
15 把 10 本书叠放在一起	(180)
第七章 应对顾客	(181)
1 齐藤竹之助化解拒绝 8 大妙法	(181)

2	台湾保险人陈亦纯应对拒绝 60 例提要·····	(183)
3	原一平面对 20 种拒绝从容对答·····	(208)
第八章 服务顾客·····		(213)
1	是好顾客毁了你的事业吗?·····	(213)
2	“三心二意”的服务·····	(215)
3	把爱心留下·····	(216)
4	“让我念给您听”·····	(217)
5	森林里最大的树·····	(218)
6	千万别喝那瓶水·····	(220)
7	寻找朋友的朋友·····	(221)
8	如果我们的角色对调一下·····	(222)

下篇 实战英雄

第一章 创造世界保险签约记录的

齐藤竹之助·····		(227)
1	障碍存在于头脑内部·····	(227)
2	不能做“永远的初中生”·····	(229)
3	“五家宝”的故事·····	(230)
4	连锁式无限推销法·····	(232)
5	做顾客的万能顾问·····	(234)
6	瞄准“婆婆妈妈”的女顾客·····	(236)
7	决不能把全家三口引向绝路·····	(238)

8	这计划“的确编得很棒”.....	(240)
9	高效利用时间的 6 种方法.....	(241)
10	“不要”其实只是一个信号	(244)
11	3 年持续拜访 300 回	(246)
12	能否将其中的原因告诉我	(247)
13	如何创造优异的推销业绩	(248)
14	先自我起誓,再公开宣誓.....	(249)
15	坚信“车到山前必有路”	(251)
16	向更高更远的大山深处攀登	(252)
17	看好挣钱的最大本钱	(253)

第二章 中学未毕业的保险销售冠军

弗兰克·贝格

1	“我是不是当推销员的料?”	(256)
2	从明天开始走出去.....	(257)
3	我为何到这里寻求帮助.....	(258)
4	拜访 3 位顾客成交一笔生意.....	(260)
5	制定周详的行动计划.....	(262)
6	仿佛与客户有相同的意见.....	(263)
7	应将这些企划书丢到字纸篓里去	(264)
8	您背后还有其它原因吗?	(269)
9	帮助实现客户的愿望.....	(273)
10	我一提房价他就开始数树	(275)
11	不说话也能做交易	(277)

12	如何赢得客户的信赖	(279)
13	“照你的话办”	(280)
14	像躲避毒蛇般躲避冗言	(282)
15	和 5 岁的女孩攀上交情	(283)
16	回避“你为何想见我?”	(286)
17	“请在这里签名”	(288)
18	您签了名才算是申请表	(291)
19	成功之路是由失败铺成的	(293)

第三章 连续 16 年保持业绩全国第一

的原一平

1	当上旅行协会经营部经理	(295)
2	“独一无二”的见习推销员	(296)
3	赤裸裸地注视自己	(299)
4	举办“原一平批评会”	(301)
5	把自己送上“解剖台”	(303)
6	不自觉地露出笑脸	(305)
7	价值百万美金的笑容	(307)
8	发现最简单的“道理”	(308)
9	“你这个混账东西!”	(310)
10	去董事长家做客	(313)
11	推销员 = 劳工 + 舵手 + 艺术家 + 勤奋 的双腿	(316)
12	顾客是你未见面的“十年老友” ...	(318)
13	为准客户建卡存档	(321)

14	初次会面绝口不提保险	(323)
第四章	年度推销保险 10 亿美元的	
	乔治·坎多尔费	(326)
1	从军校走出来的数学老师	(326)
2	做不成生意就停食	(328)
3	出版商们为何都大做封面文章	(330)
4	“请让我与他通话”	(331)
5	“我一天 24 小时随叫随到”	(333)
6	我所做的一切是非常之好	(335)
7	对准能说“是”的位置说话	(336)
8	这样做是令人讨厌的	(337)
9	用成功去促进成功	(339)
10	发现“别人也曾建议我买这种产品” 的秘密	(341)
11	别去相信“过两天再买”的保证 ...	(342)
12	“明天就太晚了!”	(344)
13	积小成大的决策成交	(345)
14	我认为顾客需要我的产品	(345)
15	“你收到坎多尔费的贺卡了吗?”	(347)
16	让你的用户感到内疚	(348)

面对中国人的保险推销术

上篇
战前准备

第一章 冲破心理上的第一道障碍

1 推销保险是不是一阵“风”

永新纺织厂的王静小姐已经下岗好几个月了。她既有大专文凭,又有4年的办公室工作经验,既年轻漂亮又精明能干,按理说再找份工作并不难。可话又说回来,找工作容易,找份让她感觉合适的工作却并不容易。简单来说,她是属于那种高不成低不就的人。所以,这几个月里就一直在家坐着。

前两天,王静偶然遇到了和她一同下岗的同事小黄。一经攀谈,得知小黄已经成为市保险公司的专职营销员了。小黄告诉她,现在的她不但收入要比在以前的单位时高得多,而且既交朋友又锻炼能力,活得可充实了。再接下来,小黄就开始真诚地鼓动王静也加入保险营销的行列,扬言要和她比、学、赶、帮、超,大干一场。

看着小黄讲话时那兴奋异常、眉飞色舞的样子,王静开始有些心动:小黄不过是原来单位里的一名普通职工嘛,论知识论能力都比自己差着一大截,如果自己也干保险,超过她,那还不是小菜一碟?可是——王静还是有些犹豫,因为她遇到过一些上门