

BAO XIAN TUI XIAO ZHI WANG

保险推销大师 原一平、贝格、齐藤竹之助、坎多尔弗
的王者风范和高超技艺

保险推销之王



工商出版社

责任编辑:李富明

封面设计:牧 野

图书在版编目(CIP)数据

保险推销之王/郑晓夏 马宏 编著—北京:
工商出版社,1997.9
ISBN 7—80012—341—3

I. 保… II. 郑… III. 保险业务—推销—经验 IV. K840.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 20864 号

保险推销之王

郑晓夏 马宏 编著

出版·发行/工商出版社

经销/新华书店

印刷/北京市清华园印刷厂

开本/850×1168 毫米 1/32

印张/10.125 字数/24.5 千字

版次/1997 年 9 月第 1 版

1997 年 10 月第 1 次印刷

印数/01—10000

社址/北京市丰台区花乡纪家庙(100071)

电话/(010)63812074

出版声明/版权所有,侵权必究

书号:ISBN 7—80012—341—3/F·129

定价:16.80 元

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

目 录

第一篇 保险推销之神：原一平

- 一、心中有团不服输的火..... (4)
 - ☆ “我偏要做给你看!” (4)
 - ☆ 光明到来之前必有黑暗..... (6)
 - ☆ 自己给自己鼓气..... (7)
 - ☆ 克服自卑感的秘诀 (11)
 - ☆ “拿出勇气，全力冲过去” (16)
 - ☆ 不“打”不相识 (19)
- 二、向自己宣战 (22)
 - ☆ 每个人最大的敌人就是他自己 (22)
 - ☆ 举办“原一平批评会” (24)
 - ☆ 禅道修练 (26)
 - ☆ 雇人调查原一平 (27)
- 三、练就“值百万美金的笑” (30)
 - ☆ 笑能弥补己之不足 (30)
 - ☆ 把婴儿般的笑容作为训练目标 (33)
 - ☆ 先让对方笑可以拆除那堵无形的墙 (34)
 - ☆ 笑有魔力 (37)

四、不打无准备之仗	(40)
☆惨痛的教训	(40)
☆拜访前先做周密的调查	(42)
☆调查方式灵活又多样	(44)
☆建立准客户卡	(49)
五、约见的技巧	(52)
☆电话预约是一种礼貌	(52)
☆电话约见的基本原则	(53)
☆电话约见的技巧	(54)
六、访谈的技巧	(56)
☆寒暄并非只是打招呼而已	(56)
☆不勉强客户投保	(57)
☆独特的“冒失鬼+厚脸皮”战术	(58)
☆推销员必须会说话	(62)
☆推销员必须会听话	(64)
☆提高谈话能力的六要诀	(66)
☆使声音富有魅力的十个秘方	(70)
七、正视拒绝的技巧	(76)
☆被拒绝是家常便饭	(76)
☆推销是从被拒绝开始的	(77)
☆拒绝是可以减少的	(82)
八、赢得客户好感的技巧	(84)
☆重视外表服饰	(84)
☆向对方的长处投以笑容	(85)
☆溢于言表的高兴之情	(85)
☆欣然改过	(87)

☆受欢迎的二十三个秘诀	(90)
-------------------	------

第二篇 保险推销冠军：弗兰克·贝格

一、生命的转折点	(98)
☆绝望之时听到一席话	(98)
☆立刻采取行动	(99)
☆做卡耐基的学生	(101)
☆注入热忱	(104)
☆演讲改变了一切	(105)
☆记录自己的行动	(106)
☆确定“组织时间日”	(108)
二、交易成功的诀窍	(108)
☆让客户自己引起购买动机	(110)
☆“霍尔给我上了一课”	(111)
☆15 分钟完成 25 万美元的交易	(117)
☆问句的效果	(119)
☆推销时最有用的三个字	(121)
☆如何发现客户拒绝的背后原因	(125)
☆认清客户购买的原因	(127)
☆贵在发现客户的需要	(130)
☆意想不到的推销魔术	(133)
☆交易成功的基本原则	(133)
三、赢得顾客信赖的捷径	(135)
☆称赞竞争对手	(135)
☆熟悉本身的行业	(137)

☆出示直接的证据·····	(138)
☆绝不能有欺瞒之嫌·····	(140)
☆呈现你最好的面貌·····	(142)
四、如何使人乐于与你交易·····	(143)
☆以笑容广结人缘·····	(143)
☆熟记别人的名字·····	(145)
☆喋喋不休是推销的大忌·····	(149)
☆克服恐惧感的最佳途径·····	(150)
五、推销步骤·····	(153)
☆推销保险前先推销自己·····	(153)
☆成功的面谈需要约见·····	(156)
☆约见的技巧·····	(160)
☆与顾客的部属建立关系·····	(162)
☆苦练是出人头地的唯一途径·····	(165)
☆切莫忘掉你的客户·····	(167)
☆赞赏客户所购买的商品·····	(167)
☆新客户可以开发潜在客户·····	(170)
☆活用介绍函·····	(170)
☆不肯签名的顾客·····	(172)
☆六分钟内展开行动·····	(174)
☆推销工作的诊断·····	(175)
☆交易成功的七项要诀·····	(176)
☆结束的技巧·····	(179)
六、失败不足惧·····	(182)
☆“失败”的纪录都是由成功者创下的·····	(182)
☆无须害怕今天的失败·····	(184)

☆富兰克林的启示·····	(185)
---------------	-------

第三篇 世界首席保险推销员：齐藤竹之助

一、热爱推销，充实自我·····	(192)
☆我是天下走南闯北的推销员·····	(193)
☆加强修养与研究·····	(194)
☆掌握足够的商品知识·····	(195)
二、积极寻找、说服顾客·····	(198)
☆关系是从无到有的·····	(198)
☆时刻准备着·····	(201)
☆给顾客当管家、当经理·····	(203)
☆怎样向女顾客推销保险·····	(205)
三、注重礼节，赢得顾客·····	(208)
☆初次见面的印象来自服装·····	(208)
☆根据时间、地点、场合来选择相应的服装·····	(210)
☆个人形象就是招牌·····	(212)
☆礼节不可少·····	(213)
四、利用电话与信函推销·····	(215)
☆电话织就推销网·····	(215)
☆电话推销要领·····	(216)
☆善于通信才能搞好推销·····	(219)
☆推销信函的写作与邮寄·····	(221)
五、不要因拒绝而停止销售·····	(222)
☆拒绝是成功之母·····	(222)

☆三年持续拜访三百回·····	(224)
☆为仅有的一次机会而殊死努力·····	(226)
☆应对拒绝的七大妙法·····	(227)
六、如何创造优异的推销业绩·····	(229)
☆首先要有坚定的信念·····	(230)
☆确定高目标并广布众人·····	(230)
☆工作定额完成法·····	(232)
☆向自己的纪录挑战·····	(234)

第四篇 十亿美元保险推销员：乔治·坎多尔弗

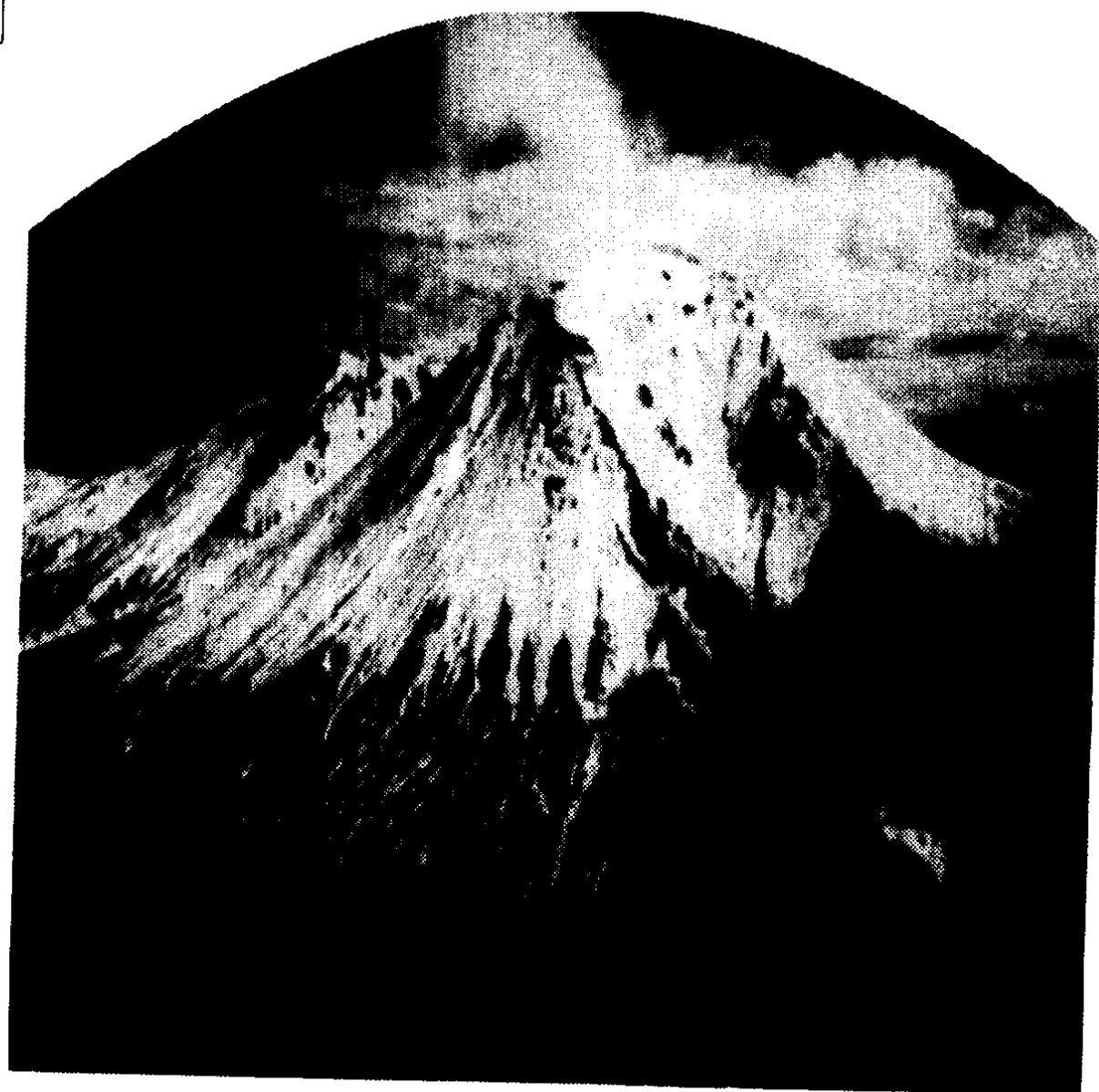
一、没有天生的推销员·····	(243)
☆有这样一道测试题·····	(243)
☆信念的魔力·····	(245)
☆唯有恒心和决心是万能的·····	(248)
☆珍惜分分秒秒·····	(249)
二、推销之前应该做些什么·····	(254)
☆在自己的经营范围内成为一名专家·····	(254)
☆相信你自己的产品·····	(257)
☆做一个有目标的人·····	(260)
☆雇佣别人·····	(263)
三、推销中的注意事项·····	(264)
☆第一印象是开启门户的钥匙·····	(264)
☆设法通过“看门人”·····	(266)

☆不能操之过急·····	(268)
☆推销你自己·····	(270)
☆了解顾客的需要·····	(272)
☆向决策者推销·····	(275)
☆做一个善于“听”话的人·····	(276)
☆高级推销人员推销的是思路·····	(278)
四、怎样战胜异议·····	(281)
☆异议通常是顾客放出的一种烟幕·····	(281)
☆发现真正的问题所在·····	(283)
☆回避某些异议·····	(284)
☆常见异议的解决方法·····	(285)
☆奇特的“猴子效应”·····	(287)
五、成交小窍门·····	(287)
☆对成交要满怀信心·····	(287)
☆对购买信号要仔细挖掘·····	(289)
☆准确地把握成交时机·····	(290)
☆创造一种紧迫感·····	(292)
☆“小一大”决策成交法·····	(294)
☆假设成交法·····	(296)
六、优质的服务就是优质的推销·····	(297)
☆优质的服务可以使你超过竞争对手·····	(297)
☆与顾客保持联系·····	(299)
☆做个“商誉使者”·····	(301)
☆滚雪球效应·····	(303)

第一篇

保險推銷之神

原一平



1904年，原一平出生在日本长野县的乡下。他是家中的老么，甚得父母的宠爱。也许是父母溺爱的缘故，原一平从小就因脾气暴躁、调皮捣蛋而恶名昭彰。

原一平曾带领一群孩子，手持木棍跑到山头上，用木棍狠击村里人放牧在山坡上的马匹，使得马匹在惊吓之余左蹦右跳，还有若干马因重心不稳，跌落到山谷里。

原一平也曾怀着“有仇不报非君子”的想法，在挨过老师的一次打后，乘老师不注意，拿小刀在老师背后划了一刀。

诸如此类的事原一平干过很多，害得父母经常因为他而向别人赔礼道歉。

本来他的父亲因德高望重且热心公务，深受村民的敬重，在村中担任若干要职，由于他的缘故，父亲不得不辞去所有要职，他成了父母的心病，也令所有的村民及学校的老师们感到头痛，所有的人都说：“原一平是个不可救药的孩子，将来不知还会闹出什么大祸来呢！”

因为原一平在故乡的声誉太坏了，所以在1926年——原一平23岁那一年，就离乡背井到东京去打天下了。

到了东京，原一平很快在日本观光旅行协会找到了一份推销的工作。

担任这家旅行协会的推销员，都得交纳一笔保证金，原一平只好向家兄商借。就这样，他开始了推销的生涯。

这家协会共有推销员60名，推销员的工作就是招募会员。会员们按月交付给协会一定金额的会费，而协会将会费积存起来，然后依照每个会员的意愿，或观赏戏剧，或安排旅游，协会再从中抽取服务佣金。

原一平在这家旅行协会干了两年，两年后，这家观光旅行

协会的总经理监守自盗，盗走了推销员所缴的保证金和会员所缴的会费后，卷款潜逃。旅行协会立刻就倒闭了，原一平也因此而失业。

失业之后的原一平，从报上看到明治保险公司征求推销员的广告，认为这是一份好工作，就去应征。正是这一明智的抉择影响了他的一生。

原一平进入明治保险公司时是 25 岁，30 岁时，他创下了全日本第一的招揽业绩，此后屡建令人惊异的纪录。与其他同行相比，没人能与之相提并论，造成无人与之竞争的独霸局面。从 1949 年起，连续 17 年，一直是美国的 MDRT 俱乐部的会员，这个俱乐部是全美生命保险外务员协会以该协会的会员为骨干，从年销售额达到百万美元以上的优秀推销员当中，根据地位、教养、学历、实际成绩、持续率、阅历、爱好等情况，通过资格审查筛选出来的，并且需要有两名会员推荐，其规定可谓是相当严格。有不少人把这个俱乐部译为“百万美元推销员”俱乐部，也偶有人译为“富豪俱乐部”，原一平后来又被选为该俱乐部的终身会员。

一、心中有团不服输的火

● “我偏要做给你看！”

1930 年 3 月 27 日，对原一平来说是一个终生难忘的日子。这一天，他携带简历表，到明治保险公司去面试。当时的原一平身高只有 145 公分，体重只有 52 公斤，看上去又瘦又小，他曾以“横看竖看，实在不是个好货色”自嘲。

轮到原一平面试时，主考官一脸凝重的表情，一面看着桌上的文件，一面对原一平说了一句原一平没太听懂的话。

“您是说……”

“太困难了！”

“什么太困难了？”

原一平听不懂考官的意思。

考官不耐烦地说：“我说推销保险的工作太困难了，你不能胜任。”

原一平只觉得一阵窒息，隔了好一会儿，才结结巴巴地问道：“何……何以见得呢？”

考官以轻蔑的口气说：“老实对你说吧！推销保险的工作非常困难，我看你不是干这个的料。”

有很多人在被如此泼了冷水后便从推销世界的大门口消失了，也有很多人在疑信参半中畏畏缩缩地退出了推销生涯的第一步，但原一平在被贴上这样的“标签”后，第一个反应就是在心里骂道：“真他妈狗眼看人低！我偏偏要做给你看！”

原一平涨红了脸，像一只勇猛的斗鸡，张牙舞爪倾身问道：“好！请问进入贵公司，究竟要做多少业绩呢？”

“每人每个月 10 万元。”

“每一个人都得推销到 10 万元吗？”

“那是当然的事。”

原一平赌气似地说：“既然这样，我也每月推销那么多好啦！”

考官狠狠地瞪了他一眼，接着慢慢地抬头看着天花板，发出“嘿！嘿！嘿！”一阵怪笑。

原一平暗暗立誓：“就是粉身碎骨也要把那一阵怪笑送回

去。”

“3月27日”，这一天就这样烙印在原一平的内心深处。这是他踏入社会后最气愤的一天，也是他漫长推销生涯中关键的第一天。

●光明到来之前必有黑暗

那位主考官并没有正式录用原一平，但原一平为了洗刷耻辱，死缠着以“不请自来的见习推销员”的身份开始了在明治保险公司的工作。

“由于你不是正式录取的，所以你没有薪水。”

“没关系。”

“由于你是见习推销员，所以没座位。”

“没问题。”

原一平什么都不在乎，只要让他留在公司，什么条件他都答应。每天萦绕在他心头的就是“我要做给你们看！”“我发誓要把‘嘿、嘿’声送回去！”

说大话容易，可是实行起来就不容易了。

虽然在考官的面前夸下了海口，但既无薪水，“一个月1万元保险”的佣金收入更遥不可及，只好借债度日，日子过得惨极了。所幸原一平是个乐观的人，在仔细分析了自己的状况后，他诚恳地告诫自己：“一个人在面临困境之时，如果从消极面去想的话，势必越想越糟，最后变得萎靡不振，而陷入万劫不复之地；如果往积极面去想的话，这正是难得的磨练机会，这是光明之前必须有的黑暗，也是成功之前必须承受的苦难。”有了这种想法后，再遇到困苦和辛酸的事时，他就对着镜子大声对自己说：“天将降大任于斯人也，必先劳其筋骨、

苦其心志，全世界独一无二的原一平，有超人的毅力和旺盛的斗志，所以落魄只是一时而已，我一定要成功，我一定会成功！”

●自己给自己鼓气

原一平厉行苦行僧式的生活标准——不吃中餐、不搭电车。事实上，并非他不吃中餐，而是没钱吃；也不是他不搭电车，而是没钱搭。这都是迫不得已才造成的情况，可是为了鼓舞自己，他把“没钱吃”改为“我不吃”，把“没钱搭”改为“我不搭”。

“每天大清早，穿上右口袋的西装；上午，不搭电车从目黑走到人形町；中午，面带笑容哼着小曲走过餐厅；晚上，梦见在电车里大吃大喝。”这就是原一平当时的生活写照。

原一平之所以穿着右口袋西装，是因为他当时的经济状况不允许他定做西服，他只得把脑筋动在旧衣摊上。旧衣摊上的西服质料不错、颜色众多、尺码也全，并且价钱又便宜，不过，美中不足的是，这里所卖的西装小口袋都在右上方。正常的西装小口袋应在左上方，这些旧衣摊经常廉价买入旧西装，然后拆开翻过布面重新缝制；这么一来，西装看起来与新的一样，不过左上方的口袋自然而然地变到右上方去了。原一平只穿得起这种衣服。

最初，原一平在东京的目黑租了一间只有3个榻榻米那么小的房间，但由于毫无收入，付不起房租，没多久，便索性露宿公园了。原一平后来回忆说：“肚肠大爷闹空城计，那种滋味，老实说也真够难受，只差没掉下眼泪。躺在公园的长椅上，仰望星空，有时我也会泪流满面。”

但原一平还是挺过来了，这在很大程度上归功于他采用的“自己给自己鼓气”的办法。

提到自己给自己鼓气，我不由得想起了在西方世界被誉为“商业圣经”的一本书——《世界上最伟大的推销员》。

这本书在美国获得相当多的赞誉，有人认为它是“最鼓舞士气、振奋人心、激励斗志的一本书”；有人认为它是“一本最值得一读、最有建设性、最有实用价值的书，它可以作为指导推销工作的最佳范本”；有人认为它是“一本应该随身携带的好书，置于床侧，放在客厅里。可以浅尝，也可以深味。它是一本值得一读再读的书，久而弥新，好像一位良师益友，在道德上、精神上、行为准则上指导你，给你安慰，给你鼓舞，是你立于不败之地的力量源泉。”还有人认为此书“堪称集大成者。遵循个中原则行事的人，不可能遭遇失败；无视这些原则的人，也不可能成就大事业。”

其实，这本书的内容很简单，作者先编撰了一个感人肺腑的传奇故事，这个故事发生在两千年前的耶稣时代。一位叫海菲的少年一心想要推销掉袍子，好有机会成为伟大的商人，和自己心爱的人在一起，可是后来他却把这样一件于自己意义重大的袍子送给了一个陌生的婴儿。当他两手空空回到主人那儿时，满以为主人会训斥他无能，不曾想，主人却因此而认定他就是可以继承自己那只神圣的香杉木箱的人。那只木箱内装有十张“羊皮卷”，“羊皮卷”上写的是关于推销艺术的所有秘诀。海菲的主人因无意间救了一个东方人，从那个东方人那儿继承下来这一箱子。

作者尽其所能把那只箱子渲染得十分神秘，每次选定继承人后，总有如下的一段对话：