

保险营销丛书

BY

走出误区

保险推销反对问题处理

曾信 编著

Zouchu Wuqu

Baoxian Tuixiao Fandui Wenti Chuli

上海三联书店



走出误区

——保险推销反对问题处理

编 著/曾 信

责任编辑/俞 文

装帧设计/范桥青

责任制作/钱震华

出 版/上海三联书店

(2000020) 中国上海市绍兴路7号

发 行/新华书店上海发行所

上海三联书店

印 刷/商务印书馆上海印刷厂

版 次/1998年1月第1版

印 次/1998年1月第1次印刷

开 本/850×1168 1/32

字 数/160千字

印 张/8

印 数/1—10000

ISBN7-5426-1042-2
F·257 定价 14.80 元

编 者 的 话

越来越多的人在关心保险,越来越多的人走入保险行业。保险正成为社会的焦点、就业的热点。百姓们在问,如何选择、办理保险;几十万保险营销员在问,如何成为一个富有业绩的营销高手……编撰一套面向社会、面向保险从业人员的通俗实用的系列保险营销丛书已到了千呼万唤的时候。

中国保险报社很荣幸地邀请到了十几位海内外保险营销专家和百多位卓具成就的保险营销员共同筹写了这套“保险营销丛书”。

这套“丛书”本着实际、实用、实战的原则撰写,相信会对社会各界人士投保、保险业内人士营销、保险知识普及、保险职业培训水平提高大有裨益。同时,我们也期待着广大读者不吝赐教,让该套丛书越出越好。

周德英

序

当今人类社会已进入了一个新的时代,但人们依然无一例外地经历着生、老、病、残、死的人生旅程,也摆脱不了自然灾害、意外事故等各种风险的威胁。事实上,在人的一生中,随时都可能发生突发的事故,使生活陷入困境,使希望毁于一旦。为了规避风险,转移和补偿损失,人们选择了保险。

近几年来,由于经济的持续、稳步、健康发展,经济体制改革的深入和对外开放的扩大,我国保险业得到了迅速的发展。随着寿险代理人营销制度的引入,寿险代理人走街串巷,不畏艰难地进行宣传和讲解,进一步唤起了人们的保险意识。越来越多的人,从不了解保险、拒绝保险,到接触保险、认知保险,发展到最终参加保险。人们欣喜地看到,作为社会保险补充的商业保险已被人们逐步接受,完善、周全的人寿保险服务正在走进千家万户。

然而,我们也应当看到,我国的保险业发展水平还远不及发达国家的水平。由于保险这种商品的特殊性,再加上经济和观念等方面的原因,我国人民的保险意识不强。有的人不愿正视生、老、病、残、死、意外等各种风险,有的人对保险存在一些误解和疑虑。因此,对从事保险代理工作的人来说,如何正确地面对客户,圆满得体地解答客户提出的各种问题,打消客户的顾虑,促成客户投保,就显得非常重要。

《走出误区——保险推销反对问题处理》一书,是由几位具有较高专业理论素养、热爱保险事业的青年寿险工作人员所写。据我所知,本书是我国大陆第一部专门论述保险推销中反对问题处理的书籍。本书论述的处理反对问题的方法和技巧,是实际工作经验的结晶,对于广大的寿险代理人具有一定的借鉴作用,是一本值得一读的好书。它的出版对于提高寿险代理人员的素质,正确看待和有效解决推销过程中的各种反对问题会有一定的帮助。

此书内容新颖,文字流畅,通俗易懂,实用性强。我相信每位读过此书的人上,都会有所收获,受到启迪。



一九九七年十二月

前 言

保险推销活动与其他推销活动一样,有着许许多多环节和细节,但从实际的推销活动看,主要可以分为两大部分,一是确立推销的对象,也就是我们常说的,寻找准客户;一是业务员通过与准客户的交谈,使准客户变为客户。作为业务员来说,如果没有明确的推销对象,或不知到何处去找到推销对象,他的业务活动就无从开展;而如果有推销对象,又不知道在与准客户面谈中如何应对,或应对不当,那么,准客户就不会变成客户,或者说“那个”准客户就不会成为“我这个业务员”的客户。

所以,面对准客户,业务员如何准确应对,如何根据准客户的情况,利用自己所掌握的专业知识和推销技能,使准客户更容易接受推销,接受推销的产品,使准客户认为业务员言之在理,而不是套话、废话,就显得尤为重要。因为准客户面对推销,面对被推销的产品,总会很自然地提出异议,这些异议,他期待着业务员作出圆满合理的解释和说明。客户常会对业务员说,“你说说看吧,要是你说得好,那么我们就买”,其实就是表达了他期望业务员合理解释的意思。

客户面对推销的异议形形色色,我们在本书中选取了 86 个,都是出现频率非常高的一些异议。对这些异议,我们依据它们的内容,大体上作了一个简单的分类。对每一个异议,我们在广泛收集、整理的基础上,参考了国外和港台地区的资料,并根

据国内保险推销的实际情况，编写了一个或数个回答。这些回答或从正面或从反面或从侧面对这些异议进行了解答。其目的，是希望对业务员的实际操作会有所帮助。

我们说，这些回答并非是什么“标准答案”，因为每个业务员对每一个异议的处理方式会有他的习惯和特点，而每一次推销，其对象、场合、时间等因素都会有差异，所以，我们的这些回答，只是为了帮助业务员开拓思路，帮助业务员在面对难题时，能有多种思路可供尝试。如果本书的一些分析和回答对业务员业务活动的开展确能有所裨益，那么我们也会一同感到欣喜。

本书的编写得到了保险界人士的广泛支持。中国保险协会常务副会长潘履孚先生再次为我们写了序言；保险界元老、上海同业公会的乌通元教授不辞辛劳对文稿作了精审；一些资深的保险业务同仁贡献了他们的金点子，在此我们一并表示衷心的感谢！

目 录

上篇 反对问题概述

第一章 什么是反对问题

- 一、反对问题的概念 (3)
- 二、反对问题的作用 (4)
- 三、反对问题浅析 (6)
 - 1. 推销过程中的反对问题 (6)
 - 2. 有针对性的反对问题 (8)
 - 3. 反对问题的性质 (10)
- 四、反对问题的类型 (11)
 - 1. 因推迟拖延而产生的反对问题 (11)
 - 2. 因偏见误解而产生的反对问题 (12)
 - 3. 因不了解而产生的反对问题 (13)

4. 因投保程序和产品本身而产生的反对问题 … (13)
5. 因与其他投资活动比较而产生的反对问题 … (14)
6. 因支付原因而产生的反对问题 …………… (14)

第二章 正确对待客户的反对问题

- 一、产生反对问题的原因…………… (15)
 1. 客户的反对问题是客户面对推销的本能反应
…………… (15)
 2. 客户对保险的认识不足 …………… (16)
 3. 传统观念和习惯 …………… (16)
 4. 其他方面 …………… (16)
- 二、正确对待客户的反对问题…………… (16)
 1. 嫌货才是买货人 …………… (16)
 2. 面对反对问题应有的态度 …………… (17)

第三章 如何处理客户的反对问题

- 一、反对问题处理的程序…………… (19)
 1. 事先对客户了解 …………… (19)
 2. 事先找出处理反对问题的方法 …………… (19)
 3. 找出真正的反对问题 …………… (20)
- 二、反对问题处理的方法(I)…………… (21)
 1. 认真聆听客户的反对问题 …………… (21)
 2. 自我陈设反对问题 …………… (22)
 3. 细致分析反对问题 …………… (22)
 4. 有选择地回答反对问题 …………… (22)

5. 转换话题	(23)
6. 用自己的话语复述客户的反对问题	(23)
7. “为什么?”	(23)
8. “除此之外,还有什么原因?”	(23)
9. 务虚的说辞和务实的说辞	(24)
10. 紧跟一个缔结动作	(24)
11. 让处理反对问题与填写要保书同时进行	(24)
三、反对问题处理的方法(Ⅱ)	(25)
1. 预防法	(25)
2. 正面回答法(“是的……所以……”)	(26)
3. 间接否认法(“是的……但是……”)	(26)
4. 询问法	(27)
5. 类比法	(28)
6. 正面进攻法	(29)
7. 不理睬法	(30)
四、处理反对问题的时间	(30)
1. 反对问题提出后立即答复	(31)
2. 反对问题提出后过一段时间再回答	(31)
3. 不回答的反对问题	(31)
4. 在客户尚未提出反对问题时回答(事前回答)	(32)

第四章 反对问题处理误区

一、有问必答	(36)
二、有问不知如何答	(37)

三、陷入与客户的争辩中·····	(37)
四、陷入繁琐的比较中·····	(38)
五、不知缔结·····	(39)
六、轻信客户的借口和许诺·····	(39)

下篇 最常见的 86 个反对问题

第一章 因推迟延缓而产生的反对问题

1. 我还要再考虑考虑·····	(45)
2. 这计划还可以,过一阵再说·····	(48)
3. 你把建议书留下,我研究一下再决定·····	(51)
4. 我从不仓促作决定·····	(53)
5. 我要和家里人商量后再看·····	(55)
6. 我要同我的律师或财务商量后再决定·····	(58)
7. 过几天我会给你打电话的·····	(60)
8. 现在没空,改天再谈吧·····	(62)
9. 等过几年保费降低后再买·····	(64)
10. 等我老一点再买·····	(67)
11. 等我还清借贷后再买·····	(69)
12. 等老李买了我再买·····	(71)
13. 我想等到生日的时候再参加·····	(72)
14. 等公司人员确定以后再买·····	(73)
15. 我要和别家公司的产品比较后决定·····	(74)

第二章 因偏见误解而产生的反对问题

1. 保险是骗人的 (81)
2. 买保险不吉利,我怕不买没事,一买就有事 (83)
3. 买保险最傻了,钱都给保险公司赚去 (84)
4. 除了保险,谈什么都可以 (86)
5. 物价上涨,钱会贬值,不要买保险 (89)
6. 保险公司倒闭怎么办 (91)
7. 条款对你们有利,打起官司我们赢不了 (93)
8. 我的朋友说保险不能买 (96)
9. 万一政策变化,保险就泡汤了 (98)
10. 据说保险要死后才领到钱,没意思 (100)
11. 我不信任人寿保险推销员 (102)
12. 你们公司声誉不好 (104)
13. 我从来没有听到过你们公司的名称 (105)
14. 我看见报纸上提到,这是一套差劲的计划 (106)

第三章 因不了解而产生的反对问题

1. 我们有劳保,不必保险 (109)
2. 老来靠子女,不必保险 (112)
3. 身体健康,不必保险 (115)
4. 光棍一个,保什么险 (119)
5. 我死后钱给别人拿,不愿意 (121)
6. 我不想买保险给太太当嫁妆 (123)
7. 我有三长两短时,家人都可自立 (125)
8. 我已有了财产险,不要寿险 (126)

- 9. 公司已给我买了保险 (128)
- 10. 据说退保吃亏, 怎能投保 (129)
- 11. 我不相信人寿保险 (131)
- 12. 孩子们日后可以自己买保险 (133)
- 13. 投保要找有钱人 (134)
- 14. 我先生已经买了保险, 所以我不需要 (137)
- 15. 保险不划算 (138)
- 16. 那么就给孩子买一点, 我们嘛, 就算了 (140)
- 17. 我们单位已经给职工办了社会养老保险 (142)
- 18. 我们单位刚成立, 还顾不上保险 (144)
- 19. 我们的员工流动性较大, 没办法给他们买保险
..... (145)
- 20. 我会向保险公司购买最便宜的保险 (146)
- 21. 我的家庭需要, 我已经充分准备好了 (147)
- 22. 我有足够的钱, 无须再买保险 (148)

第四章 因没有兴趣而产生的反对问题

- 1. 我对保险没有兴趣 (151)
- 2. 我已有储蓄计划, 对养老保险没兴趣 (155)
- 3. 我已有太多保险, 不再需要任何保险 (156)
- 4. 我已经投保了, 不想再买 (157)
- 5. 你在强迫我买保险 (159)
- 6. 为什么你要参考我的保单 (160)
- 7. 别家公司的产品比你们的好 (161)
- 8. 我已经有朋友在保险公司 (162)

第五章 因投保程序和产品本身而产生的反对问题

1. 买保险还要体检,太麻烦了 (167)
2. 我要先拿到保单,再交钱 (169)
3. 据说理赔很麻烦 (170)
4. 缴费期太长了 (173)
5. 保险期太短了 (175)
6. 我要移民,买了保险有用吗 (176)
7. 我只要医疗保险,不要人寿保险 (177)
8. 我只要养老保险,不要意外险 (178)
9. 我可不要保得那么高 (179)
10. 如果这些方面不保,我就不买 (181)
11. 你们的品种这也不保,那也不保,保了有什么意思
..... (182)
12. 你们的业务员变动太快,谁敢买 (184)

第六章 因与其他投资比较而产生的反对问题

1. 我宁可把钱存在银行 (187)
2. 投保不如买金子 (190)
3. 我宁愿买股票,利润更大 (191)
4. 买国债是较好的投资 (193)
5. 存那么多钱在退休养老保险上划不来 (195)
6. 我希望我的钱要用时随时可以用 (196)
7. 我可以自己存钱养老 (200)
8. 我有别的投资可以替我的家人带来收入 (201)

第七章 因支付原因而产生的反对问题

1. 我付不起保险费 (206)
2. 我太太很节俭,恐怕不答应 (211)
3. 我太太不肯签字 (212)
4. 投保后,缴不出保费怎么办 (213)
5. 加费投保我不要 (216)
6. 保费可不可以少算些 (218)
7. 我要向能提供折扣的业务员买 (219)

附录一

- 买人身保险到底有哪些好处..... (220)

附录二

- 保险功用实例..... 230

上 篇

反对问题概述

- 您不需要人寿保险，您需要的是人寿保险可以为您做的事。
- 买寿险，就是买时间——一个人可能没有的时间。如果他需要时间，他就需要寿险。
- 世界上的最佳投资，就是人寿保险，它在您最需要用钱的时候，付给您最多。

——班·费德文

