

新保险推销员 必读全书

跨入低风险高收入的保险推销之门

汗牛 策划
陈企华 主编

让你的推销
无障碍

- 最简单的保险入门指导
- 最有效的保险推销方法
- 最实用的保险推销技巧

中国推销员新向导丛书

新保险推销员必读全书

汗 牛 策划

陈企华 主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

你知道保险推销业将是一个热门行业吗? 你知道中国保险业有 120 万个职位空缺吗? 假如你是一位刚出道的保险推销员, 你一定想迅速具备保险推销员的素质, 迅速拥有自己的保户群体, 迅速掌握保险推销的技巧, 顺利完成约见、促保、签单的各个环节, 为保户提供优质的售后服务, 以优异的推销业绩来展示你的推销才能。本书可以帮助你, 它可为你的保险推销生涯保险, 并指导你一步一步地走向成功。

图书在版编目(CIP)数据

新保险推销员必读全书/陈企华主编. —北京: 中国纺织出版社, 2002.5

(中国推销员新向导丛书)

ISBN 7-5064-2311-1/F.0230

I. 推… II. 陈… III. 保险业务-推销-基本知识

IV. F840.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 026866 号

责任编辑: 李秀英 高剑 刘群 责任印制: 刘强

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京东直门南大街 6 号

邮政编码: 100027 电话: 010-64168226

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京通顺建新印刷厂印刷 各地新华书店经销

2002 年 5 月第一版第一次印刷

开本: 850 × 1168 1/32 印张: 13.75

字数: 300 千字 印数: 1-6000 定价: 25.80 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

《中国推销员新向导丛书》编委会

主编 陈企华

编委 陈企华 孙科炎 周锡冰

刘 建 彭 强

目 录

第一章 了解保险推销

一、保险推销将是一个热门行业	(2)
1. 中国有庞大的保险市场待开发	(2)
2. 国家政策促进保险市场发展	(5)
3. 社会因素对保险业发展的深远影响	(6)
4. 公民素质对保险业发展的影响	(10)
二、120 万个职位空缺下的中国保险业	(12)
1. 保险行业的人才争夺战	(12)
2. 保险行业的诱惑力	(15)
3. 保险与传统行业的魅力比较	(19)
三、人们越来越需要买保险	(22)
1. 买保险多一份保障,让人幸福少忧	(22)
2. 保险是一种保障	(24)
3. 保险是一种准备	(25)
4. 保险是一种投资	(27)
5. 社会环境的变化要求买保险	(28)
6. 生存环境恶化需保险	(29)
7. 生活压力增大要求买保险	(30)

四、保险推销的难度	(30)
1. 保险行业的受制性	(30)
2. 几十万元收入的付出	(33)

第二章 新保险推销员应具备的素质与能力

一、推销员对保险的态度及观念	(37)
1. 对保险必须有热忱的态度	(38)
2. 作为一名推销员应有的观念	(41)
二、优秀的推销员应具备的素质	(44)
1. 诚信是保险推销员从业的前提和基础	(44)
2. 愚公精神是推销成功推销的重要因素	(45)
3. 仪表与装束	(46)
4. 说话语调与交谈习惯是促成成交的关键	(48)
5. 礼貌与规矩	(59)
三、推销员应具备的能力	(53)
1. 智力	(53)
2. 社交能力	(54)
3. 自我管理能力	(56)
四、推销员的基本准备	(58)
1. 知识准备	(58)
2. 推销准备	(62)
3. 心理准备	(68)
五、保险工作规则和时间管理	(74)
1. 合理的保险工作计划	(74)
2. 科学的时间管理	(76)

六、如何做好一名女保险推销员	(79)
1. 女保险推销员的举止	(79)
2. 女保险推销员的香水与气味	(82)
3. 男性规则中的女保险推销员	(83)
4. 女保险推销员开发准保户的方法	(86)

第三章 怎样开拓保户

一、认识主顾开拓	(91)
1. 开拓保险保户的重要性	(91)
2. 主顾的条件	(93)
二、保户开拓的方法	(98)
1. 开拓保户的一般方法	(98)
2. 瞄准保户市场	(102)
3. 区分不同的保户群	(104)
4. 不间断的电话联系	(107)
三、保户开拓的技巧	(109)
1. 寻缘找故	(109)
2. 陌生拜访	(113)
3. 连锁介绍	(117)
4. 借用影响力	(119)
5. 善用“猎犬”	(120)
6. 其他的技巧	(122)
四、怎样利用信函开拓主顾	(124)
1. 推销信函与业务信函的区别	(124)
2. 赋予信函独特的吸引力	(125)

目 录

3. 信函开拓的技巧	(130)
4. 利用信函开拓保户的注意事项	(135)
5. 各类信函范例参考	(136)
五、开拓高额保单保户方法综合介绍	(143)
1. 哪些是我们要开拓的高额保单保户	(143)
2. 打开高额保单保户的钱袋	(145)
3. 开拓高额保单保户的技巧	(146)
4. 打开高额保单保户钱袋的实例 ——柴田和子的推销	(147)

第四章 新保险推销员与保户 正式接触前的准备

一、新保险推销员接触保户前的心理准备	(151)
1. 推销员的积极态度	(151)
2. 正确的保险推销理念	(153)
3. 不得轻视保险推销工作	(155)
二、全方位了解准保户	(157)
1. 接触前调查准保户	(158)
2. 了解准保户的“底”	(162)
3. 划分准保户的类型	(167)
三、准保户信息资料的整理技巧	(169)
1. 建立准保户卡	(169)
2. 建立系统的准保户档案	(173)

四、准备好你的推销工具	(181)
1. 接触准保户应准备的推销工具	(181)
2. 名片是最方便使用的推销工具	(183)
3. 装好必要的推销工具	(186)
五、制订拜访保户计划	(187)
1. 拜访计划的六要素	(188)
2. 拜访计划内容的拟定方法	(190)
3. 慎选访问的时间	(191)
4. 制定短期拜访计划	(195)
5. 制定长期拜访计划	(198)

第五章 成功接触准保户的技巧

一、给准保户留下良好的第一印象	(203)
1. 保险推销员须着装整洁	(204)
2. 保险推销员举止要得体	(208)
二、接触准保户时要善于调整心理状态	(211)
1. 克服访问恐惧	(211)
2. 清除陌生拜访的紧张与胆怯	(212)
3. 利用“自我暗示”来调整自己的心态	(216)
4. 利用“应变行为”来调整自己的情绪	(220)
5. 接触准保户时要消除自卑的心理	(223)
6. 接触准保户要有执著的意志	(228)
三、与准保户面谈的技巧	(232)
1. 令准保户松弛	(232)
2. 收集准保户资料	(233)

目 录

3. 令准保户思考	(234)
4. 提出解决办法	(235)
四、揣摩准保户的心理状态	(236)
1. 揣摩准保户是否欢迎	(237)
2. 透视准保户内心是否有诚意	(239)
3. 揣摩准保户内心对寿险的态度	(241)
五、排除准保户不利于推销的行为	(244)
1. 接纳准保户的意见	(245)
2. 包容准保户的过错	(247)
3. 委婉回绝准保户的无理要求	(248)
4. 主动激励准保户	(250)
六、赢得准保户的两把利剑——微笑与赞美	(252)
1. 微笑是赢得准保户的最好语言	(253)
2. 赞美是推销员成功推销的前提条件	(255)
七、了解准保户最重视的需求	(263)
1. 摸清准保户需要的保险	(264)
2. 发现准保户最重视的需求的方法	(269)
八、开拓女性市场的技巧	(277)
1. 了解女性准保户是开拓女性市场的前提条件	(278)
2. 开拓女性市场时应注意的问题	(280)
3. 应付女性准保户的方法	(282)

第六章 怎样促使保险推销成功

一、促成的原则及要领	(286)
1. 促成的原则	(286)

2. 促成的要领	(287)
二、促成时要正确判断保户的购买点	(290)
1. 保户的眼神有所变化	(290)
2. 保户的行为态度有所改变时	(291)
3. 保户不断提问题	(291)
三、良好的保险产品说明是促成成功的关键	(292)
1. 说明保险产品要生动形象	(292)
2. 把握好语速	(293)
3. 重复优点	(294)
4. 有凭有据	(294)
5. 权衡利弊	(294)
四、促成工作对保险推销员的三大要求	(296)
1. 端正的心态	(296)
2. 坚定的信念	(297)
3. 热忱的态度	(298)
五、促成时正确启发保户的方法	(298)
1. 打通买主的思想障碍	(300)
2. 提出可信性的建议	(300)
3. 使用热切的语调	(301)
4. 换新词重提旧建议	(301)
5. 利用人的期盼心理	(302)
6. 促使保户自发做决定	(302)
7. 用行动启发	(303)
8. 直接启发和间接启发	(304)
9. 正面启发和反面启发	(305)
10. “软”与“硬”的双重启发	(306)

目 录

六、促成的方法	(308)
1. 假设成交法	(308)
2. 激将法	(309)
3. 二择一法	(311)
4. 诱导法	(312)
5. 行为促成法	(313)
6. 举例法	(315)
7. 其他促成方法	(315)
七、促成的技巧	(317)
1. 顺其自然	(317)
2. 利用情感	(318)
3. 利用保户的从众心理	(320)
4. 趁热打铁	(320)
5. 重复激发保户的购买动机	(321)
6. 一次促成技巧	(322)
7. 多次促成的技巧	(324)
八、促成时的注意事项	(325)
1. 合适的位置	(326)
2. 事先准备好投保书和收据	(327)
3. 让保户有参与感	(327)
4. 制造一对一的促成环境	(328)
5. 促成失败时,努力创造复访机会	(329)
6. 请对方介绍新的保户	(329)
7. 祝贺对方	(331)
九、怎样避免保户反悔	(331)
1. 绝对不可慌张	(332)

2. 不讲多余的话	(332)
3. 不要过于表露喜悦神色	(332)
4. 不可争辩求胜也不可退让	(333)
5. 及时告退	(333)
十、促成过程的禁忌	(334)
1. 制造问题	(334)
2. 急躁或面露不悦之色	(335)
3. 未能确知对方的预算	(335)
4. 促成时机不当	(335)
5. 削价	(336)
6. 没有确定保户的能力	()

第七章 新保险推销员怎样做好售后服务

一、售后服务的重要性	(338)
1. 售后服务的核心——理赔	(338)
2. 售后服务的其他意义	(340)
3. 公司及推销员与售后服务的直接利益关系	(342)
4. 总结:应当做好售后服务的 26 个理由	(345)
二、售后服务的原则及其功能	(347)
1. 售后服务的原则	(347)
2. 售后服务的功能	(351)
三、售后服务的方法	(355)
1. 理赔的服务方法	(355)
2. 收续保费的服务方法	(357)
3. 接受咨询	(358)

目 录

4. 保单和其他物件的递送服务	(359)
5. 对体检、拒保、加费的保户的服务	(360)
6. 其他售后服务	(361)
四、售后服务的技巧	(364)
1. 预防保户失望	(364)
2. 与保户保持联络	(367)
3. 做一个商誉使者	(370)
4. 服务要独特	(372)

第八章 怎样和保户签订保险合同

一、了解保险合同	(375)
1. 保险合同及其特征	(375)
2. 保险合同的凭证及基本条款	(377)
3. 保险合同的法律关系	(384)
二、保险合同的订立、履行、变更和终止	(389)
1. 保险合同的订立	(389)
2. 保险合同的履行	(390)
3. 保险合同的更动	(397)
4. 保险合同的终止	(401)
三、保险合同的解释原则和争议处理	(403)
1. 保险合同的解释原则	(403)
2. 保险合同的争议处理	(405)

第九章 新推销员的推销禁忌

- 一、愤怒的情绪 (410)
 - 1. 主观愤怒 (411)
 - 2. 客观愤怒 (412)
 - 3. 人际愤怒 (413)
- 二、强迫推销 (414)
- 三、利用谎言 (416)
- 四、保险推销员的其他禁忌 (418)
 - 1. 推销员的工作不规范 (418)
 - 2. 推销员不重视接触准保户 (420)
 - 3. 推销员害怕被准保户拒绝 (421)
 - 4. 推销员把握不好签单的时机 (422)
 - 5. 推销员相互抢单 (423)
 - 6. 推销员不熟悉自己推销的险种,胡乱解释 (423)
 - 7. 推销员自己为自己设置陷阱 (424)
 - 8. 推销员生搬硬套 (425)

第一章

了解保险推销

【本章要点】

- 一、保险推销将是一个热门行业
- 二、120 万个职位空缺下的中国保险业
- 三、人们越来越需要买保险
- 四、保险推销的难度

一、保险推销将是一个热门行业

1. 中国有庞大的保险市场待开发

保险推销在发达国家已有上百年的历史,至今长盛不衰。而在中国内地启动只有短短几年时间,可谓朝阳产业、方兴未艾。

各国保险业现在都把目光集中在中国内地这块尚未开发的处女地上,竭尽全力想打开中国市场。尤其中国加入世界贸易组织(WTO)后,保险市场势必对外开放,这就意味着真正的保险业“战国时代”的来临,谁先占领市场、站稳脚跟,谁就能拥有一片保险业天地。

目前,北京、上海外资保险公司的办事处已达上百家,在还未获准招揽业务的情况下,每年必须花上数百万元的维持费。中国保险市场的潜力之巨,其理甚明。

中国保险市场庞大,从以下几个方面可以看出来:

①随着中国经济的持续发展,人们的经济收入显著提高,因此,投保能力日趋增强。保险业的发展需要经济发展的推动。“八·五”的最后一年1995年,我国国民生产总值达到5.76万亿元。在1988年比1980年翻一番的基础上,用7年的时间又翻了一番。“八·五”期间,国民生产总值年均增长12%,是建国以来速度最快、波动最小的五年。“八·五”期间,扣除物价因素,城镇