

吉尼斯世界纪录
保险销售第一名

ODDESS

我是日本 销售女神

柴田和子自述

—保险推销员

最壮丽、最动人的保险推销故事
如何成为超级业务员的最新秘本



世界纪录保持者

☆☆☆

I AM THE SALE'S GODDESS OF JAPAN

我是日本

柴田和子自述

销售女神



日本第一 世界第一 保险推销员

东方出版社

策划编辑: 任 和
责任编辑: 庄浦明
封面设计: 子 健

图书在版编目(CIP)数据

我是日本销售女神 / (日) 柴田和子自述 大冈健一 整理 黄朋武 译; 北京: 东方出版社, 2004.1

ISBN 7 - 5060 - 1759 - 8

I.我… II.①柴…②大…③黄… III.①柴田和子-生平事迹②保险业务-销售-经验-日本 IV.①K833.135.34 ②F843.134

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 109661 号

我是日本销售女神

(日) 柴田和子 自述 大冈健一 整理
黄朋武 译

东方出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京市大运河印刷有限责任公司印刷 新华书店经销

2004 年 1 月第 1 版 2004 年 1 月北京第 1 次印刷

开本: 787 毫米×1092 毫米 1/16 印张 12.5

字数: 140 千字 印数: 1~10,000 册

ISBN 7-5060-1759-8 定价: 22.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010) 65250021 65289539

献 辞

这是有着“日本第一、世界第一业务员”称号的柴田和子的心路历程。诚愿本书引起并获得每一位诚诚恳恳过日子的社会大众的共鸣。

—— 编者



独步全球行销术

序

这个时代的深度推销

谁是有史以来最伟大的保险推销员？回答是日本的柴田和子。

那么，把所有行业的推销员放在一起比，谁是近20年最伟大的推销大师？回答还是日本的柴田和子。

历史上出现过的堪称“伟大”二字的推销员，如超级畅销书《我是世界上最伟大的推销员》中的主人公、美国汽车推销英雄乔·吉拉德、日本的保险之神原一平等，都曾在美国和日本经济腾飞时称雄数十年，他们是那个时代销售界最杰出的人物，他们所处的时代是传统商业的经典岁月，因此，他们自然就是历史上的行业大师。但那是一段浪漫主义、现实主义和现代主义交替并行的财富史，他们的行销手段在今天业界的新潮俊杰们看来已属传统范畴。正如当今世界排名第一的销售培训大师汤姆·霍普金斯（也曾是美国售楼冠军）所评论的那样：“这些人士已是昨日黄花，因为他们的营销方式已经过时。是的，他们大器、不凡，他们远去的行销背影也如同过去的金钱仍闪闪发光，但21世纪的营销人员还去热情洋溢地学习他们的销售技巧，我

☆ 连续16年日本第一，吉尼斯世界纪录年鉴保险销售第一名的保持者。

☆ 为什么柴田女士一年的个人业绩能抵上800多位保险销售业务员的业绩总和？



成为首席业务员的奥秘

敢保证他们难以挣到大钱。”现在已经没有发光的金币在流通，发光的钱（硬币）数值又太小。如果说昔日的乔·吉拉德和原一平等曾经如同战争中的枪、炮、战舰在冷兵器时代瓦解后以新的姿态征服了物质世界，那么，现在主宰战场的则应是导弹、航空母舰和电子技术了。因为现在的生产方式和交易方式已进入了新的格局，就最近10年营销界的情况来看，深度推销的时代已大步来临，并扣响着全球各行业的账户。柴田和子高跟鞋的声音清晰地响在时代的最前面。可以说，全球的销售方式已发生极大变化，而保险业的柴田和子则是销售界一个极为重要的承先启后的人物。

《我是日本销售女神》的自述主角柴田和子自1978年首次登上“日本第一”的宝座后一直蝉联了16年日本保险销售冠军，夺下了“世界第一”的桂冠，从而荣登《吉尼斯世界纪录》，她的年度成绩能抵上800多名日本同行的年度销售总和。虽然她从1995年起担任了日本保险协会会长，但业绩依然不衰，早已超过了世界上任何一个推销员。柴田和子说话机智幽默，为人搞笑，衣着奇特，已经成了当今营销精英分子们心中的“顶级大姐”和最酷偶像。

金钱买不到爱，但是你可以在金钱里注满你对亲人的爱。

为什么和我打交道的人都会出人头地？为什么要经常整理自己的人际关系？为什么我喜欢对老板直接下手？为什么说同行业的情报战非常重要？这些都是我要和盘托出的销售内幕。



我的语录是：向全世界学习。

——柴田和子

第一章 成功之路

第一节 东有柴田和子/2

- 我的个人商标 / 2
- 不同凡响的海外演讲 / 3
- 首次演讲获赞赏 / 4
- 智取韩国总领事 / 6
- 背水一战的谈道 / 8

第二节 成功之路/11

- 受蒙骗下水 / 1 1
- 我渴望拥有自己的房子 / 1 3
- 恐怖的支部长 / 1 5
- 初出茅庐 / 1 8
- 实践作弊，勇夺三千万 / 1 9
- 难堪的老“新人” / 2 1
- 寿险求学之路 / 2 2
- 锁定目标 / 2 3
- 狂歌乱舞庆称“后” / 2 4
- 3年之内跻身MDRT / 2 5

第三节 超越自我/27

新的挑战 / 27

从三冠王到永世王座 / 28

“柴田军团”盛衰史 / 29

柴田精神 / 31

给你两分钟，请快说 / 33

第二章 成为首席业务员的奥秘

第一节 首席业务员必备的素质/36

要有成功的信念 / 36

寿险营销是给予而不是受予 / 38

充满激情地工作 / 40

客户永远是上帝 / 42

培养正确的心态和工作习惯 / 44

第二节 行销话术珍藏版/48

红灯话术 / 49

猴子话术 / 50

我是日本销售女神

远虑话术 / 5 2
动情话术 / 5 3
留心话术 / 5 4
输血话术 / 5 6
激将话术 / 5 8
正面突破话术 / 6 0
“疯女人”的勇气 / 6 2
保额加一成的话术 / 6 4
宾士话术 / 6 5
企业老板的投保方案 / 6 7
形象促行销 / 6 8

第三节 把握客户的脉搏/69

行销的步骤 / 7 0
寻找约会机会 / 7 1
蒙混过关见客户 / 7 2
亲和形象拉近距离 / 7 3
借用内人牵线搭桥 / 7 5
该追则追，该放则放 / 7 6
守时的约会 / 7 7
化繁为简得认可 / 7 9
给客户的建议 / 7 9
保费的一半可助您节税 / 8 1
未雨绸缪三年份薪资 / 8 2
以点带线，以线带面 / 8 4

第三章 一网打尽

第一节 把握关键人物/88

过去的勤奋面今有了报偿 /	8 8
柴田的超级啦啦队 /	9 0
胖乎乎的女孩有人相助 /	9 1
善用银行觅客户 /	9 2
搜集资料闯关卡 /	9 4
挑战拒绝 /	9 5
攻克关键人物 /	9 6
坚持到底就是胜利 /	9 7
片服集团企业 /	9 9

第二节 行销没有准则/100

信任，成功之本 /	1 0 1
牢记名字获好感 /	1 0 2
换位思维 /	1 0 3
互动式沟通 /	1 0 4
强有力的说服力 /	1 0 6
小恩小惠紧系客户心 /	1 0 8
好客户的连环效应 /	1 1 0
机会重在行动 /	1 1 1
人情练达皆保单 /	1 1 3
设定明确的目标 /	1 1 4
内敛而不贪婪 /	1 1 6

我是日本销售女神

感 恩 之 心 / 1 1 7

第三节 超越自我/119

精 读 好 书 / 1 1 9

以 电 视 为 媒 / 1 2 0

同 行 是 冤 家 / 1 2 2

国 际 性 交 流 / 1 2 3

第四章 揭开女王神秘的面纱

第一节 踏入行销领域之前/127

出 生 于 东 京 深 川 / 1 2 7

一 辈 子 受 益 的 教 诲 / 1 2 9

进 京 住 宿 在 前 伯 爵 家 / 1 3 1

进 入 “ 三 阳 商 会 ” / 1 3 5

“ 匹 夫 之 勇 ” 结 姻 缘 / 1 3 7

四 年 的 家 庭 主 妇 / 1 3 9

第二节 工作与家庭/141

进 入 保 险 界 之 初 的 人 际 关 系 / 1 4 1

桌 球 健 将 坐 三 轮 车 喊 救 命 ! / 1 4 3

突 破 身 为 女 性 的 障 碍 / 1 4 5

成 为 智 者 , 善 用 金 钱 / 1 4 8

我是日本销售女神

兼 顾 工 作 与 家 庭 ， 我 的 生 活 这 样 过 /	1 5 1
三 代 同 堂 ， 我 从 母 亲 那 里 吸 取 教 训 /	1 5 4
回 首 往 事 ， 难 得 的 夫 妻 缘 /	1 5 6

第五章 与全球行销人员共勉

第一节 自信与尊严，行销人员必备的素质/160

要 自 觉 拥 有 社 会 使 命 感 /	1 6 2
理 直 气 壮 地 从 事 寿 险 行 销 工 作 /	1 6 5
好 心 必 有 好 报 /	1 6 8

第二节 正确的心态使你走向成功/171

完 成 高 目 标 额 的 方 法 /	1 7 2
行 销 即 生 活 /	1 7 3
行 销 人 员 的 发 展 空 间 无 限 /	1 7 6
寿 险 行 销 人 员 都 是 “ 爱 的 使 者 ” /	1 7 8

第三节 工作的意义与存的价值/182

听 众 的 热 情 常 驻 我 心 /	1 8 2
沿 着 爱 的 大 道 前 进 /	1 8 4
“ 道 ” 常 存 /	1 8 5

我是日本销售女神

第一章 成功之路

I AM THE
FOR SALE'S
GODDESS
JAPAN

我是日本销售女神

第一节 东有柴田和子

在全球寿险界，谈到寿险销售成绩的时候，人们常常说“西有班·费德雯，东有柴田和子”，这是对我成绩的莫大赞许，也为我们东方人争了一口气。西方国家的寿险业务开展较早，寿险销售成绩和技巧也比较成熟。在我进入“百万圆桌会议（即 Milion Dollar Round Table，简称 MDRT）”之前，日本还没有一个人达到“入会”要求。1988 年，由于我连续 9 年获得日本寿险行销的三冠王，而荣登该年度出版的《吉尼斯世界纪录大全》。在 1989 年和 1990 年担任年度的“百万圆桌会议”会长。

巨大的荣誉也给了我莫大的压力，在感到苦恼的同时，却丝毫不敢松懈，以求每年都能刷新记录。

我在 1991 年的销售业绩是：团体保险为 1 750 亿日元，个人寿险为 278 亿日元，合计 2028 亿日元，首年度保险费为 68 亿日元，折合 6800 万美元。相当于我所在的保险公司“第一生命”的 804 位业务员一年的业绩。

我的个人商标

我在 1978 年首次登上“日本第一”的王座，之后连续 14 年卫冕成功。这使得我个人成了著名商标，特别是在 1988 年荣登吉尼斯世界纪录后，对于我这个“日本第一推销员”几乎是家喻户晓了，到哪儿也好像是畅通无阻。

偶尔会出席客户的结婚喜宴，遇到第一次见面的人时，不必花太多的时间去介绍，介绍人只要说一句：“这位就是日本第一的柴田和子小姐。”来人会恍然大悟：“哦，您就是那位大名鼎鼎的柴田小姐呀！”有的还会上下打量，略有些惊



柴田和子的「第一生命」

奇。至于原来的熟人朋友的宴席，也许早已没有生人了。

荣登迪尼斯世界纪录，使保险界有了“西有班·费德雯，东有柴田和子”的说法。对我虽然没有直接的利益，但却使我声名远扬，也促进了我的保险业务的发展。能够与连续保持“全美第一”、号称“世界第一”的班·费德雯齐名，确实使我有种受宠若惊的感觉，也促使我继续努力，以不辱于这个称号。

不同凡响的海外演讲

在连续获得了“日本寿险销售第一”的王座和“世界寿险销售第一”的称号后，各种邀请讲演也纷至沓来。真是“十年寒窗无人知，一朝成名天下闻”。不过，我还是非常希望将我的经验传授给大家，来共同提高东方在寿险销售方面的水平。迄今为止，我已经参加了7次海外演讲，分别是韩国、台湾、美国（两次）、加拿大、马来西亚等国。

我的英语水平只能算马马虎虎，在美国、加拿大等国演讲时，就死记硬背。不过，凭着我原来记着的一些英语单词，再加上夸张的表情、动作，还是足以应付演讲会的。

相反，在亚洲国家就不得不采用同步翻译的方法了。最近，在马来西亚吉隆坡的演讲却使我的身体有些吃不消了。这次演讲是由马来西亚保险业务员协会主办的一次国际性会议。会场聚集了1470余位来自泰国、马来西亚、香港、菲律宾、澳门、斯里兰卡等7个东南亚国家的业务员。通常，我的演讲时间含同声翻译一个半小时，不过后来应与会者的强烈要求，又增加了4个小时的讨论时间，害得

克里曼特·斯通

克里曼特·斯通在很小的时候父亲就去世了，他由母亲抚养长大。母亲对他个性形成影响很大。

20岁的时候，斯通搬到芝加哥，开了一家保险经纪公司“联合险记保险公司”，全社只有他一人。他决心使这个公司办得跟它的名字一样堂皇。开业的第一天，销出

我筋疲力尽。

与对冠军的执著追求一样，对于任何一次演讲，我也非常投入的。我的注册商标就是一张笑容可掬的脸，再配上夸张的表情，使我的演讲生动而活泼，也使得听众与自己的思维一致，共同在保险的世界中遨游，赢得了一片喝彩之声。

参加国际演讲不仅仅是一次国际交流，也是一次亲善活动。演讲会交流很多内容，诸如推销保险的诀窍、如何面对不同的人以及自己在推销保险时的体验等。譬如，我在韩国演讲的题目是“我所走过的人寿保险之道”，后来人们总结的“开奔驰车”和“保险加一成”就是从这次演讲会上得出的。

首次演讲获赞赏

并不是所有的业务员都懂得保险，而事实上我理解人寿保险经过了两年时间。因此，使保险人员树立正确的推销心态，选择正确的推销手法至关重要。我的首次演讲就是为了达到这个目的。

我的首次演讲是在1983年进行的，当时我的身份是“检定人寿保险士”（“检定×××”类似于中国的“注册×××”），是由佐贺县和青森县的人寿保险协会所举办的演讲。

初次演讲，心情还是有些紧张。为了保证演讲时有足够内容，我根据自己的经验和原来的知识编制了演讲大纲。为了准确地把握时间，我就根据自己所列的内容，用码表

早期的成功使斯通得出了一个结论：开始的时候不要图快，要把根基打稳，一切都要靠自己。

到20世纪末期，他从东海岸到西海岸，雇用了1 000多人。那时斯通还不到30岁。

当初的小保险公司，一步一步变成了今天巨大的美国联合保险公司，经营范围不但包括美国，还拓展到外国。1970年的销售额达2.13亿美元，拥有5000名推销员，每一个推销员都懂得PMA（积极的心态）。



柴田和子的「第一生命」