

点石成金

陈仁 主编

寿险营销成功指南

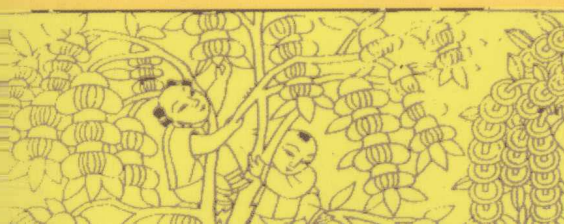
寿险是人类最伟大的发明之一

寿险不是人干的 是人干的

力克接触难关 野施拒绝话术

团队发展真谛 帮助别人成就自己

没有人天生注定 成功或失败



点石成金

寿险营销成功指南

陈 仁 主编

广州出版社

责任编辑	李宝聪
责任校对	木子
封面设计	聂家燕
版式设计	吴剑晖

书 名	点石成金——寿险营销成功指南
主 编	陈 仁
出版发行	广州出版社（广州市东风中路 503 号 邮编：510045）
印 刷	深圳中润彩色印刷包装有限公司（深圳市莲塘工业区 118 栋）
规 格	850 毫米 × 1168 毫米 32 开本 7.25 印张
字 数	150 千
版 次	1998 年 6 月第 1 版
印 次	1998 年 6 月第 1 次
印 数	1-10,000 册
书 号	ISBN 7-80592-812-6/F·99
定 价	20.00 元

（版权所有，翻印必究）

目 录

第一部分 话说寿险

- 什么是保险 (3)
- 寿险的起源与发展 (5)
- 我国寿险市场现状及远景 (7)
- 寿险公司的组织与运作 (9)
- 寿险的意义与作用 (11)
- 寿险的主要特征 (13)
- 寿险营销制度 (15)
- 寿险佣金制度 (17)
- 寿险合同要素 (19)
- 寿险客户服务 (21)
- 寿险理赔原则 (23)

第二部分 超越自我

- 你的未来在寿险 (27)
- 寿险让你扮演多重角色 (29)
- 寿险营销的意义和目的 (31)
- 寿险营销员的特质 (33)
- 走近MDRT (35)
- 寿险推销的特点 (37)
- 自我管理的技巧 (39)
- 工作就是一种学习 (43)
- 塑造与众不同的特点 (45)
- 不断检讨自己 (47)

- ☛ 慎重理财 (49)
- ☛ 养成良好的工作习惯 (51)
- ☛ 克服低潮期 (53)
- ☛ 建立积极的心智模式 (55)
- ☛ 寿险营销心理建设 (58)
- ☛ 成功的作业方法 (60)
- ☛ 树立专业形象 (62)

第三部分 营销技巧

- ☛ 投保寿险十大好处 (67)
- ☛ 人际关系如何建立 (69)
- ☛ 询问与倾听的技巧 (72)
- ☛ 让客户敞开心扉 (74)
- ☛ 沟通的策略 (75)
- ☛ 把握第一次接触 (76)
- ☛ 接触话术 (79)
- ☛ 一般接触话术 (81)
- ☛ 引起兴趣的接触话术 (82)
- ☛ 客户介绍接触话术 (83)
- ☛ 如何引起客户兴趣 (84)
- ☛ 反对问题的处理原则和方法 (86)
- ☛ “我已经买了保险” (89)
- ☛ “等过一段时间再说” (91)
- ☛ “对保险没兴趣” (93)
- ☛ “等年纪大了再买” (95)
- ☛ “听说保险不保险 (收钱很快, 赔钱很慢)” (96)
- ☛ “说得很好听, 到时都不赔” (97)
- ☛ “和太太商量” (98)
- ☛ “太太不同意” (99)

- “保险不出事不赔划不来” (100)
- “保险不吉利” (101)
- “我有社保，不用保险” (102)
- “我有朋友在保险公司，向他买更好” (104)
- “等邻居买了我再买” (106)
- “缴费期太长” (107)
- “有钱买保险不如存银行” (108)
- “经济良好，不需保险” (110)
- “全家一人投保就可以了” (111)
- “能不能便宜些” (112)
- “买保险让保险公司赚钱” (114)
- “业务员离职怎么办” (115)
- “保险公司倒闭怎么办” (116)
- “等保险降价” (117)
- “货币会贬值，不要买保险” (118)
- “投保后无法缴续期” (119)
- “身体健康，不必投保” (121)
- “保险太贵” (122)
- “保险的回报率不高” (124)
- 寿险强制您存钱 (125)
- 让父母的关爱陪伴子女一生 (126)
- 投保可以减轻税负 (127)
- 您的家庭需要保险 (129)
- 不要让孩子输在起跑线上 (130)

第四部分 团队管理

- 成功主管的必备特质 (133)
- 领导者应当具备的素质 (139)
- 如何做好决策 (141)

- 🌙 筹建工作小组的程序 (143)
- 🌙 褒奖员工的技巧 (145)
- 🌙 如何解决团队中的矛盾 (147)
- 🌙 调查的诀窍 (149)
- 🌙 忠告员工的技巧 (151)
- 🌙 把握管理中的控制法则 (152)
- 🌙 组织好团队该注意些什么 (154)
- 🌙 建立团队精神的技巧 (156)
- 🌙 如何聘用与解雇员工 (158)
- 🌙 怎样领导和激励员工 (160)
- 🌙 如何选择培养人才 (163)
- 🌙 如何管理好团队 (165)
- 🌙 如何批评和接受别人的批评 (168)
- 🌙 如何授权 (170)
- 🌙 制订可行性计划 (172)
- 🌙 如何妥善处理冲突 (174)
- 🌙 如何成功召开会议 (176)
- 🌙 对不同的人采取不同的管理 (179)

第五部分 成功典范

- 🌙 斯通：成功无限 (183)
- 🌙 柴田和子：行销女王 (192)
- 🌙 齐藤：第二人生 (199)
- 🌙 陈明利：借衣公主 (212)
- 🌙 林裕盛：贵族行销 (221)

第一部分 话说寿险

有人断言：保险是人类有史以来最伟大的发明之一，同时也是社会文明程度的标志。

绝非妄言。试想一下，有哪一项发明可以像寿险一样在危难时救人所急，在平安时呵护安宁，又有哪一项制度可以像寿险一样发挥社会“稳定器”的巨大作用？

那么，到底什么是寿险，它的功能与作用到底有哪些呢？



● 什么是保险

从本页开始，我们将引领您畅游人寿保险的“海洋”，领略寿险营销的“冰山一角”。

人类历史发展的长河，一直与海洋密不可分。而保险的起源，与海洋也是紧密相关的。正是海上保险的发展，带动了整个保险业的繁荣与发展。在早期，海上贸易的获利与风险是共存的。在实践中，人们逐渐摸索出一条由大家来分摊海上不测事故所致损失的方法：共同海损。艰险的航海过程如遭风浪遇险，由于抛弃一部分货物而使船舶获救时所产生的损失及费用由全体获益人来分担，这种最原始的保险方式正体现了保险这种最实质的精神：人人为我，我为人人。

所谓保险，简单地说，就是由多数人共同集资合作，以分散危险、消化损失的制度。而人寿保险是以人的生命为保险标的的一种保险业务。人的生老病死是无法避免和预知的，为了将这些不可预知的危险减至最低，就必须在事故发生之前做好预防准备工作，以维护自己和家属的生活保障。但是形单影只的个人、一个家庭，当面对重大疾病、意外事故时，还是显得孤独无助，于是聚万家之财、助一家之难的保险公司应运而生。同时，出现了人寿保险这种互助行为，并由保险公司来完成这种使命。

保险是人类天性中互助协作精神的完美体现，对于个人，可以提供其一生的保障，稳定家人的经济生活；对于社会，发挥互助合作的精神，鼓励储蓄，平均财富，保障社会安宁；对

安宁；对于国家，提供大笔资金，稳定经济的发展，有利于社会建设，促进国家进步。

保险是对所有人都有利益的一种保障制度，每个人都必须有这样的观念，毕竟这个世界唯有人人互助才能真正实现平和安宁。

人的一生，风险无处不在，每个人都应去关心别人，每个人又都需要别人的救助和关心。你选择了保险这项救助和关心别人的职业，您一定具有超凡脱俗的眼界、坚韧不拔的毅力、永不言败的勇气和驾驭自我的高超技能，正如新加坡华裔寿险巨星陈明利所说的：保险不是人干的，而是“人才”干的！





● 寿险的起源与发展

寿险的历史源远流长，远在古埃及、古希腊时代就已产生，只不过没有专门的经营机构。

十五、十六世纪的海上保险被认为是现代人寿保险的萌芽。最初的海上保险只是为船舶、货物及运输中的奴隶而设，后来才陆续加入了船长、船员、旅客的人寿保险。

有关人寿保险最早的记录，是一份1422年11月在意大利佛罗伦萨签定的契约文件。现在所发现的最古老的人寿保险单是1515年3月1日在佛罗伦萨签定的。

上述的海上保险是在商品货币关系产生之后出现，虽然采用了货币形态，但还不是现代意义的人寿保险。现代人寿保险是建立在运用概率论和大量法则的原理科学地计算保险费的基础之上的。1762年英国成立了公平保险公司，它不仅根据被保险人的年龄，按照死亡表的资料核算保险费，而且对不合标准条件的保险另行加费，规定每次交费的宽限期及失效后申请复效的手续，使人寿保险的经营管理逐步完善。公平保险公司的成立标志着现代寿险业的开端。而19世纪是人寿保险业建立行业基础的时期，精算事业在这一时期发展成形。具有科学根据的死亡率的采用，使现代人寿保险迅速普及，人寿保险业得到了快速发展。

最初的人寿保险是短期的死亡保险，然后逐步发展为长期性的终身保险。现在的人寿保险种类繁多，不仅能满足被保险人死亡、伤残、养老、疾病等方面的需要，而且还能满

足被保险人的生育、子女教育、婚嫁等各方面的需要，甚至还能根据个别被保险人的需要设计险种和计算费率。本世纪七八十年代，为了解除高通胀的困扰，发达国家的人寿保险公司纷纷进行商品革新，致力于推广万能保险、变额保险、变额万能保险等新潮商品及GIC(利率保证契约)或分离帐户等策略商品。一些大型人寿险公司更超越人寿保险的范围，把综合性保险和金融服务的提供列为企业的经营目标。这种商品革新及金融超级市场的策略，虽然创造了新的市场，但另一方面也导致人寿保险成长的减慢及利息风险的增大。近年来，随着利率的降低和股票市场低迷，使得变额保险、变额万能保险的市场占有率降低，传统型的平准支付的人寿保险逐渐恢复其市场占有率。

经过二百多年的发展，人寿保险业如同一棵树苗，历经风吹雨打，终于成长为根深叶茂的参天巨树。人寿保险公司的资产规模和经营规模日趋庞大，据1993年7月美国《幸福》杂志的统计，至1992年底，全世界有6家人寿保险公司的资产超过1000亿美元，有10家人寿保险公司的年保费收入超过100亿美元。人寿保险业的发展与各国的经济发展水平紧密相关。目前世界上人寿保险最发达的国家是美国、日本、瑞士等国，美国人寿保险的有效契约保额居世界第一，而日本则以人均拥有的有效契约保额及人均年缴保费独占鳌头。





●我国寿险市场现状及远景

我国寿险市场蕴藏着巨大的潜在需求。我国是一个人口众多、基础薄弱的发展中国家，基本国情决定了国家提供的社会保障在相当长的时期内只能是低水平的，广大人民群众的生老病死残等问题政府不可能大包大揽，其进一步的保障需求必须以其它途径和形式加以满足，这就使与社会保险有着相同功能的商业人寿保险有了广阔的用武之地。与此同时，近年来国民经济持续快速增长，职工群众的收入成倍增加，对人寿保险的购买力也随之增强，越来越多的人愿为自己和家人的幸福、健康而投资，使集储蓄和保障功能于一体的人寿保险为众多的有识之士所青睐。

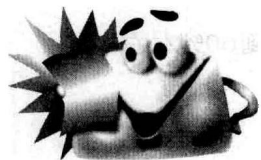
另一方面，无论从保险深度还是从保险密度来看，我国目前的寿险水平是相当低的。据瑞士再保险公司《Sigma》杂志统计资料显示，1995年日本寿险保费占国民生产总值GDP的10.24%，印度为1.41%，而我国仅为0.37%，同期日本人均寿险保费达4075.8美元，印度为4.5美元，而我国仅有1.9美元。

我国寿险业正处于高速增长时期。1996年，国内寿险保费收入达330亿元，较上年增长68%，1997年寿险保费收入达620亿元，较上年增长88%。据预测，今后几年内，我国寿险增长将明显快于产险，寿险比重进一步增加。世界银行对我国保险市场预测的结果也表明，到2000年，全国保险市场规模将达到2400亿元，届时，寿险比重可望达到60%左右。

目前，我国寿险业务主要集中在城镇，但是，农村这个巨大的潜在寿险市场不容忽视。农村人口占国内人口总数的70%以上，随着农业产业化水平的提高和农村商品经济的发展，农村居民也将改变其传统的家庭保险模式逐步走向社会化。有研究资料表明，2000年以后，农民巨大的养老保险需求将释放出来，农村也因此成为又一个庞大的寿险市场。

今后，我国寿险市场将更趋开放。一些实力雄厚、信誉卓著、业绩优良的外国寿险公司将通过设立分支机构、成立合资公司、参股国内保险企业等形式进入我国寿险市场。有关人士认为，未来10年里，我国寿险将以中保寿险、平安保险、太平洋保险和其他全国性、区域性保险公司为主体，少数几家甚至十几家大保险公司共同控制市场，保险市场也将从目前的寡头垄断进入到多头竞争。

寿险，这块大蛋糕正散发出诱人的香味，朋友，您有心一试吗？





● 寿险公司的组织与运作

寿险经营与其他企业的经营一样，必须有恰当的组织形态。按照《中华人民共和国保险法》规定，保险公司应当采取股份有限公司或国有独资公司的组织形式。其中股份制寿险公司在各国的寿险经营组织形式中占有重要地位。

寿险公司的经营活动主要涉及三个方面：销售、服务和投资。为了更好地实现这三个功能，常常要把公司业务划分为不同的部门去完成，一般情况下，大多数公司都有7个主要部门：

(1)精算部门。主要职能是拟订保费费率，计算各种责任准备金和不可丧失价值，负责处理公司其他有关精算方面的事宜，参与新保单的设计。此外，它还负责一部分收集和分析市场信息的工作。

(2)营销部门。主要负责销售寿险产品。它还监督公司代理人的行为，同时负责进行广告宣传、促销、市场分析以及招募、选择和培训代理人。

(3)会计、审计部门。负责建立和监督公司的会计和控制过程，处理公司帐务和实施内部审计，进行费用分析和精算部门之外的经营数据的分析。

(4)投资部门。负责处理各项投资活动。保证寿险资金既安全又有较高的投资回报和较好的流动性。随着寿险经营环境的变化和寿险产品的创新，投资部门的作用日趋重要。

(5)法律部门。解释和分析政府有关法令或规章对公司经

营的影响，处理所有的法律纠纷及诉讼案件，保护公司的合法权益。

(6)核保部。负责制订核保标准，并审核要保书内容。

(7)管理部。负责内勤服务，包括保险金给付、保单贷款、保单变更、解约等事宜，另外负责人事、后勤等工作。

