

保险王道

保险就该这样卖

保险王道 王者之道 保险行销 行之有道

袁村平 编著

书在枕边，道在心间；有道有法，成功必然！

心态+技巧+方法+实战=业绩节节攀升



告诉你如何**突破自己、成功签单！**

驱走推销中的的失望，每天不断给你**新的希望！**

民主与建设出版社

保险王道

保险就该这样卖

袁村平 编著

民主与建设出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

保险王道：保险就该这样卖 / 袁村平编著. —北京：民主与建设出版社，2010.12

ISBN 978 - 7 - 5139 - 0051 - 5

I. ①保… II. ①袁… III. ①保险业务 - 销售 IV. ①F840.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 216744 号

©民主与建设出版社，2010

责任编辑 闵 建

封面设计 李 瑶

出版发行 民主与建设出版社

电 话 (010) 85698040 85698062

社 址 北京市朝阳区朝外大街吉祥里 208 号

邮 编 100020

印 刷 北京市业和印务有限公司

成品尺寸 170mm × 240mm

印 张 17

字 数 250 千字

版 次 2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5139 - 0051 - 5

定 价 35.00 元

注：如有印、装质量问题，请与出版社联系。

前言

PREFACE

保险难以推销吗？或许只有真正推销过保险的人才会知道。保险推销辛苦吗？或许只有经历过的人才知道其中的滋味。风雨之后是彩虹，坎坷之后是坦途，艰辛之后是璀璨的人生。不管你是否觉得保险推销举步维艰，是否觉得推销保险过于艰辛以至于自己想放弃，从现在开始你可以坚定信念重整旗鼓好好一搏了，因为这本书让你明白、理解、运用的将是保险销售之“道”。

“道”的原始涵义指道路、坦途，以后逐渐发展为道理，用以表达事物的规律性，这一变化经历了相当长的历史过程。金文中的“道”字，指的是陌生而必须走通才能到达目的地的路径。保险销售有“道”吗？大而言之，保险销售之“道”在于对整个保险市场的感应，对客户群体心理的总体认知，以及一些你必须掌握的保险知识和保险推销原则，这样你才能高屋建瓴地把握你的事业轨迹，不至于迷失在保险推销的日常技艺中。从小而说之，保险销售有自己的门道。面对同样一名客户，对其进不进行研究、研究的深浅如何能决定你整个推销过程的变化发展，例如你是否知道你将要约见的客户在哪个时间段非常愿意交谈？是否知道你的客户可能对你身上某一处颜色非常反感？你的每一个动作、每一句话甚至一个字，都能引起你眼前顾客的不同反应，在最后即将促成时，如果你表现得太过急促或有失礼节，整个推销过程所付出的努力可能会就泡汤。

本书所力求做到的，就是发掘保险推销过程中的

前言

PREFACE

“道”，既有道理，也有门道。推销保险，首先就要认识保险、认识保险推销的各个环节，从保险推销的各个环节着手，观其形，析其道。全书首先分五篇，每篇各有领属各辖若干章。“知己知彼”，乃推销之战的前奏，也是不可缺的准备阶段，完成这一点，胸中方有成竹；“精诚所至”，是你开辟事业的态度和责任意识，也是保险推销获得客户的良方；“循循善诱”及“未雨绸缪”，此乃保险推销的关键阶段，是之前工作的延续，更是付出之后的结果时期，需要坚持，需要准备，需要用心；“孜孜以求”则是告诉你如何将成功更快捷地推进一步，是辛苦耕耘后丰厚的收入。这五篇之下，各有详细的章节阐述，细读之间，其感悟和收获将远远超出意料，保险推销之“道”亦自在其中矣！

书本间得来之“道”更重要的在于“行”，纸上得来终觉浅，须知此事要躬行，躬行之后方能增加对“道”的理解。本书以其强大的实际效用和可操作性，能够指导保险推销中的具体行动和行为规范。古人云：“力行而后知之真”，希望此书伴随着你的“力行”，助你实现理想、收获成功！

编 者

目 录

第一篇 知己知彼，你是否开始 / 1

第一章 告诉自己我是谁：了解自己+磨练自己 / 2

第一节 保险营销员应具备的心态 / 2

第二节 懂得保险才能懂得如何推销保险 / 10

第三节 专业化推销精神 / 21

第二章 客户在想什么：客户心理+投保因素分析 / 24

第一节 普通人对保险可能存在的误解 / 24

第二节 了解客户心思 / 29

第三节 分析客户需求 / 32

第二篇 精诚所至，你是否掌握 / 37

第三章 开拓与备战：客户找寻+客户细分 / 38

第一节 你的客户在哪里 / 38

第二节 保户开拓有门道 / 40

第三节 客户筛选和分类 / 44

第四节 不一样的客户需不一样的准备 / 47

第四章 约访接触：约访技巧+初次接触 / 52

第一节 时时注意态度和形象 / 52

第二节 信函约访技巧 / 55

第三节 电话约访技巧 / 57

第四节 网络约访技巧 / 69

第五节 陌生拜访技巧 / 74

第六节 约访成功后的初次见面 / 83

第七节 约访遭拒怎么办 / 87

第三篇 循循善诱，你是否具备 / 91

第五章 谈判：面谈话术+心理战术 / 92

第一节 如何留意客户心理变化 / 92

第二节 讲故事用比喻打动客户 / 99

第三节 分析案例的说服术 / 117

第四节 懂得倾听 / 120

第五节 学会提问 / 123

第六章 解决问题：专业推销+化解拒绝 / 131

第一节 遇见困难时的心理调节 / 131

第二节 客户有实际困难及排除技巧 / 132

第三节 客户故意拒绝及排除技巧 / 136

第四节 客户强硬拒绝及排除技巧 / 144

第七章 抓住机会：把握时机+促成 / 151

第一节 促成的诸多技巧 / 151

第二节 增强客户购买决心 / 158

第三节 促成时的注意事项 / 166

第四篇 未雨绸缪，你是否懂得 / 171

第八章 计划书的设计与说明：量身定做+独此一家 / 172

第一节 充分的资料准备体现专业形象 / 172

第二节 建议书的制作要求 / 173

第三节 如何解说计划书更有效 / 184

第九章 处理异议：滴水不漏+安慰 / 189

第一节 处理客户异议 / 189

第二节 如何让客户彻底放心 / 194

第三节 莫忽视道别这一节 / 197

第五篇 孜孜以求，你是否坚持 / 203

第十章 售后服务：周全+热烈 / 204

第一节 售后服务的心态 / 204

第二节 保单的递交 / 210

第三节 体现专业形象的服务 / 216

第十一章 再拓展：扩员+辐射 / 221

第一节 自身角色的转换 / 221

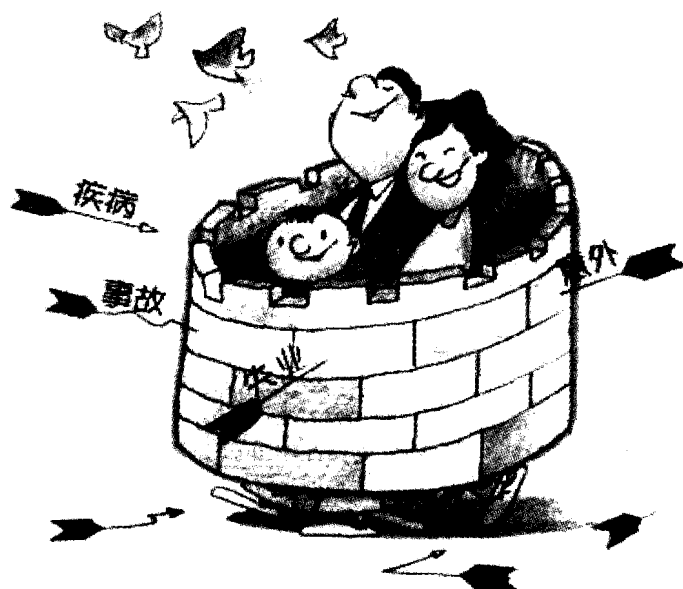
第二节 如何培养扩展属于自己的员工 / 225

第三节 如何培养你自己的保险团队 / 232

第十二章 保险营销：成功人士的追求之路 / 239

第一篇

知己知彼，你是否开始





第一章

告诉自己我是谁：

了解自己+磨练自己

如果你指挥不了自己，也就指挥不了别人。要想驾驭自己，首先要认识自己、锤炼自己，生命是一种创造性的历程，每一个人要了解自己创造力的来源，利用自己的创造力来创造自己的人生。

第一节 保险营销员应具备的心态

△自信

你若说服自己，告诉自己可以办到某件事，假使这事是可能的，你便办得到，不论它有多艰难。相反的，你若认为连最简单的事也无能为力，你就不可能办得到，而鼯鼠丘对你而言，也变成不可攀的高山。

——艾蜜莉·顾埃

俄国著名戏剧家斯坦尼斯拉夫斯基，有一次在排演一出话剧的时候，女主角突然因故不能演出了，斯坦尼斯拉夫斯基实在找不到人，只好叫他的大姐担任这个角色。他的大姐以前只是一个服装道具管理员，现在突然出演主角，便产生了自卑胆怯的心理，演得极差，引起了斯坦尼斯拉夫斯基的烦躁和不满。

一次，他突然停下排练，说：“这场戏是全剧的关键，如果女主角仍然演





得这样差劲儿,整个戏就不能再往下排了!”这时全场寂然,他的大姐久久没有说话。突然,她抬起头来说:“排练!”一扫以前的自卑、羞怯和拘谨,她演得非常自信,非常真实。斯坦尼斯拉斯基高兴地说:“我们又拥有了一位新的表演艺术家!”

自信,是所有人都应该具备的,尤其作为一名保险营销员,这是事业起步的第一课!很多时候不是我们不能,而是我们认为自己不能。有信心虽然不一定会赢,但没有信心却一定会输。保险业务员的信心应该包括三个方面:一是对自己的信心,二是坚定自己对所营销产品的信心,三是对公司和自己事业前程的信心。推销工作是艰苦的工作,但只要充满信心,其中也有很大的乐趣,如果连自己都不相信,我们又何理由要求别人相信我们呢?

如果你觉得需要增强自己的自信和勇气,那么连续12年荣登世界吉尼斯纪录大全——世界销售第一宝座的销售大师乔·吉拉德(Joe Girard)的方法或许对你有帮助:

1. 相信自己。

告诉自己“我能行”,把这句话写在你浴室的镜子上,每天大声喊上几遍,让它们深入你的心灵。

2. 结交乐观自信的人。

这样的人能带给你积极向上的奋斗动力,无论任何时候你都不要畏惧失败。

3. 坚定信心。

信心会让你产生更大更强的信心,这种力量能促使你走向成功。

4. 主宰自己。

汽车大王亨利·福特曾说过,所有对自己有信心的人,他们的勇气来自面对自己的恐惧,而非逃避。你也必须学会这样,坦诚面对你的自我挑战,主宰你自己。

5. 勤奋工作。

无论你从事什么工作,要想有所作为,只有踏实勤奋才能向成功靠拢。





△付出

给予的最需要的方面不在物质财富范围内，它存在于人性特有的领域。

——弗罗姆

成功前的“推销之神”原一平，曾经穿破了 10000 双鞋子，行程相当于绕地球 89 圈，他说：“我的座右铭是比别人的工作时间多出 2~3 倍，工作时间若短，即使推销能力强也会输给工作时间长的人，所以我相信若比别人多花 2~3 倍的时间，一定能够获胜。我要靠自己的双脚和时间来赚钱，也就是当别人在玩乐时，我要多利用时间来工作，别人若一天工作 8 小时，我就工作 14 小时。”

保险业务员的工作无疑是辛苦的，但是付出才能有收获。只有行动起来，才能证明自己的存在和价值，才能在付出汗水之后看到累累硕果。生活是公平的，我们所付出的功力不会白废。梦想的实现需要不断地努力付出。永远记住美国著名作家奥格·曼狄诺的这段话：

有一个最大的成功秘诀，它使所有其他法则相形见绌。它无疑包含在数百年、数千年来为创造更加美好的生活而证实了的各项原则中，因为它太难做到了，所以大多数人一再地拒绝它。财富、地位、名誉，甚至难以把握的幸福都会来临，只要我下定决心，每天比原来付出更多的热情和汗水。还有一种方法可以帮助我们记住生活中这条最艰辛的原则：如果人家要求你走一里路，那么你要自觉自愿地多走一里。多少个世纪以来，能够有这种决心的人寥寥无几，而只有他们享受到成功的殊荣。

△学习

当你还不能对自己说今天学到了什么东西时，你就不要去睡觉。

——利希顿堡

一个生来没有见过菱角的北方人，在南方做官，有一次宴席上吃菱角，





他连皮一块吃。有人告诉他说：“吃菱必须去壳。”可是这个北方出生的官员为了掩盖自己的无知，强辩说：“我非不知，并壳者，欲以清也。”意思是说，我不是不知道吃菱要去皮，我连皮一块吃，是想用它来清热去火的。又有人问他：“北方也有菱角这种东西吗？”他说：“前山后山，到处都有。”其实菱角是一种水生植物，山地并不生长此物。那位出生北方的官员不懂装懂，不仅护不住面子，反而大出其丑。

知之为知之，不知为不知，但是在“不知”的时候更重要的是要及时地学习，才能避免失败、向成功靠近一步。古人说：“不积跬步，无以致千里；不积小流，无以成江海”。保险营销是一门学问，需要营销员活到老，学到老。一个优秀的保险营销员，一定是一个会学习的营销员。营销员成长最快的捷径就是向别人学习。因此，保持一个学习的心态，做一个善于学习的人，不仅能培养你敏锐的眼光，而且能增强你的应变能力。

学习的方式有很多种，可以接受专业的培训、也可以在实践中慢慢积累经验。学习其实每时每刻都发生在我们身边，任何人、任何媒体、任何事情都能让我们有所收获，在营销生涯的某一瞬间，或许你就能受到它的启发。只要保持一个学习的心态，做一个“乐学者”，就能够让自己强大起来。

△积极

从来没有见过持消极心态的人能够取得持续的成功。

——拿破尔·希尔

一个乡下来的小伙子去应聘城里“世界最大”的“应有尽有”百货公司的销售员。老板问他：“你以前做过销售员吗？”他回答说：“我以前是村里挨家挨户推销的小贩子。”老板喜欢他的机灵：“你明天可以来上班了。等下班的时候，我会来看一下。”

一天的光阴对这个乡下来的穷小子来说太长了，而且还有些难熬。但是年轻人还是熬到了5点。快下班时，老板问他：“今天做了多少买卖？”“一单，”年轻人回答说。“只有一单？”老板很吃惊地说：“怎么这么少？售货员一天基本





保险王道：保险就该这样卖

上可以完成 20 到 30 单生意呢。你卖了多少钱？”“300 000 美元，”年轻人回答道。“你怎么卖到那么多钱的？”目瞪口呆，半晌才回过神来的老板问道。

“是这样的，”乡下来的年轻人说，“一个男士进来买东西，我先卖给他一个小号的鱼钩，然后中号的鱼钩，最后大号的鱼钩。接着，我卖给他小号的鱼线，中号的鱼线，最后是大号的鱼线。我问他上哪儿钓鱼，他说海边。我建议他买条船，所以我带他到卖船的专柜，卖给他长 20 英尺有两个发动机的纵帆船。然后他说他的大众牌汽车可能拖不动这么大的船。我于是带他去汽车销售区，卖给他一辆丰田新款豪华型‘巡洋舰’。”

老板后退两步，几乎难以置信地问道：“一个顾客仅仅来买个鱼钩，你就能卖给他这么多东西？”“不是的，”乡下来的年轻售货员回答道，“他是来给他妻子买卫生棉的。我就告诉他：‘你的周末算是毁了，干吗不去钓鱼呢？’”

人与人之间其实只有很小的差异，但是这种很小的差异却往往造成巨大的差异。很小的差异就是所具备的心态是积极的还是消极的，巨大的差异就是成功与失败。一个人如果心态积极，乐观地面对工作，乐观地接受挑战和应付麻烦的事情，他已经成功了一半。保险营销员需要不停地面对各种复杂的境况，失败和成功都有可能，在各种艰难困苦中坚持奋斗确实是不容易的，积极的心态却是你能战胜苦难的永远的保证。

如何培养并巩固你积极的心态呢？你可以让自己的言行举止像你希望成为的那种人；你可以每时每刻心怀必胜的、积极的想法；你可以时刻用美好的感觉、信心和目标去影响别人，帮助别人获得积极的心态，同时你也被热烈与积极的氛围所笼罩。总之，切断和你过去失败经验的所有关系，消除你脑海中和积极心态背道而驰的所有不良因素。找出你一生中最希望得到的东西，并立即着手去争取得到它，借着帮助他人得到同样好处的方法，去追寻你的目标，你便可将多付出一点点的原则，应用到实际行动之中。

△耐心

胜利的道路是迂回曲折的。像山间小径一样，这条路有时先折回来，然





后伸向前去;像山间小径一样,走这条路的人需要耐心和毅力。累了就歇在路边的人是不会得到胜利的。

——尼克松

一个推销新手工作了一段时间后,因找不到客户,向经理提出辞呈,经理问:“你为什么要辞职呢?”他坦白地回答:“我找不到顾客,业绩很差,只好辞职。”经理拉他到面对大街的窗口,指着大街问他:“你看到了什么?”推销员回答:“人啊!”“除此之外呢,你再看一看。”“还是人啊!”经理说:“在人群中,你难道没有看出很多的准顾客吗?”推销员恍然大悟,马上收回了辞呈。顾客来自准顾客,而准顾客满街都是,问题是如何找出来,有没有耐心找出来。

耐心是一个保险营销员必备的心理品质,没有耐心就不能说服客户,甚至根本无法找到客户。在保险营销员的修养中,坚忍不拔是很重要的一个品质,如果你没有恒心和毅力的话,就会无法忍受挫折和失败,甚至在保险营销的道路上刚一迈步,就会被逆境打倒。只有坚忍不拔,你才能成为赢家。

每个人都渴望自己能够成功,虽然人生中处处伴随着机遇,但并不是有机遇就能成功。在成功的道路上,没有任何东西比足够的耐心和坚忍不拔的意志更重要。在保险推销的过程中,需要对你的客户保持十二分的耐心。坚忍不拔可以把你的劣势转化成优势,对待自己的弱势和不足,你不能视而不见或坐在那里祈求上天保佑,期待发生转机。困境总是和成功形影不离,如果我们有坚忍不拔的意志、勇往直前的勇气,我们会克服困难,取得成功。

△正直诚信

正直为吾人最良之品性,且为处世之最良法,与人交接,一以正直为本旨。正直二字,实为信用之基。

——管绿荫

1980年,浙江省温州市苍南县一家生产编织袋的乡镇企业,准备派几个





保险王道：保险就该这样卖

人出去推销产品，老实巴交的李正被选上了。他“出身不好”，文化水平低，从来没有做过生意，什么叫“口才”，什么叫“推销技巧”，什么叫“人际关系”，他压根就不懂。

这天，李正来到一家公司的推销科，科长问：“你是……”李正连忙把编织袋样品摆到桌上，并结结巴巴地自我介绍：“我是仓南县湖前镇的农民，家庭出身富农，大队信任我，派我出来推销产品……”

听了李正满脸真诚的介绍，在场的人全都愣住了。这哪像做生意，简直就像斗争会上的坦白交待。科长听完，把手一摆，不置可否地说：“好吧，样品留在这里，你过两天再来听回音。”

第三天一早，李正早早来到供销科。一进门，科长便递给他一份电报。李正接过一看，脸色马上变了。原来这份电报是仓南县的一个匿名者发来的，说李正是富农出身，不要与他做生意。李正把电报还给科长，二话没说，拎起编织袋样品，转身要走。科长一把拽住他，笑眯眯地说：“正因为来了这份电报，我们才觉得你不仅老实可靠，而且也肯定会讲诚信的。所以，愿意与你做生意。”就这样，李正以老实与诚信取胜，打开了推销业务的大门，他先后推销出价值100多万元的编织袋产品。

虽然这个故事里所说的情况不会原原本本地在现实生活中重演，但是里面透露出的却是保险营销员所必须具备的人格要求——正直、诚实。很难想象，一个油嘴滑舌、不讲信用的保险营销员如何获得客户的认可。正直诚信不仅是做人的基本道德要求，更是一个保险营销员事业的立足点。

诚实是能够长期获得成功的推销员所具有的特征。真正诚实正直的推销员有好的口碑，甚至很容易就扩展了自己的客户群，因为客户知道他们具有诚实的信用、优质的产品、合理的价钱和服务，愿意将其关系密切的人介绍给他。这是保险营销最早刚刚开始时客户就很清楚的事情。你必须有个好名声，获得并保持好名声的唯一方法就是为人诚实正直。





△热情

智慧的最大成就,也许要归功于激情。

——沃韦纳戈

年轻人跋山涉水去寻找生活的真正意义,他总是觉得自己的付出得不到回报,大好的时光都被浪费了。

他走到一个村庄。村庄里缺水,许多生活用水都需要到很远的小河里去担,一来一回需要一整天的时间。年轻人发现担水大军中有一老者的两只水桶漏水,虽然漏得不多,但一路上滴滴嗒嗒也要流失半桶。年轻人不解地问道:“老先生,你的桶为什么不修理一下?这样漏水多浪费啊!”老者却微笑着说:“你放心,所有的热情都不会浪费,更何况我洒的是珍贵的水啊!”

半年后,当年轻人身心疲惫地返回,重又走在村庄的路上时,他的眼睛一亮:老人走过的地方开满了鲜艳的花朵。

作为一个保险推销员,是否热情是你能否成功的关键。推销人员对自己所推销的产品或服务是否具有足够的热情,这将直接影响客户对推销员及其保险产品的态度,客户既会被推销员对产品的热情所吸引,也会因为推销员对产品的冷淡和不自信而排斥推销活动。试想一下,如果推销员自己都对所推销的产品没有太大的兴趣,又怎么能够说服客户对产品产生兴趣,客户又怎么会愿意掏钱购买这样的产品呢?

热情既包括对公司所属行业的热情、对自己所在保险公司的热情、对自己职位角色的热情,也包括在具体推销时对客户的热情。在你与客户展开沟通的过程中,任何一次交易的完成都离不开你的热情。如果你对产品或服务的态度积极热情,对客户也十分热心,就有可能达到预期的目的。相反,如果你对产品或服务的态度消极冷淡,那么无论客户最初的反应如何,这场交易都很难成功。

当然,你不能只有热情而没有策略,这同样要面临失败。满怀热情是应当的,可希望太大,失望也大,一旦遭到拒绝,心理的打击就难以忍受,慢

