

全球3000万保险推销员崇尚的大师

American United Insurance Co.

美国联合保险公司

冠军保险推销员训练中心

热力推荐

我是世界上最棒的保险推销员



美国联合保险公司总裁：克里曼特·斯通

从100美元起家成为四亿美元的大富豪
师承拿破仑·希尔，终至成功学的第三代祖师
他属下5000名推销员有200人成了百万富翁

中国城市出版社 金枝 / 编著

42323/02

目 录

第一部分 我是世界上 最棒的保险推销员

第一篇/3 推销之神 原一平

从小他就像个标准的小太保，叛逆顽劣的个性使他无法立足于家乡。23岁，他远离家乡到东京打天下。27岁，进入明治保险公司做一名“见习推销员”。他穷得连中餐也吃不起，没钱搭电车只能走路上班，甚至晚上露宿街头……然而他的内心时刻燃着一把“永不服输”的火，鼓舞着一股越挫越勇的斗志。36岁时，他终于创下了全日本保险推销业冠军的业绩。他不但成为亿万富翁，更被誉为日本的“推销之神”。

一、奋斗的历程

- ☐ 头号大顽童
- ☐ 落魄的日子
- ☐ 改造自己
- ☐ 贵人提携
- ☐ 贤妻相助
- ☐ 我的信念

二、神奇推销术

- ☐ 推销前的准备工作
- ☐ 访问准客户的技巧
- ☐ 谈话的技巧
- ☐ 反败为胜的实例
- ☐ 奇特的推销术

第二篇/157

亿万富豪推销员 克里曼特·斯通

一个只有 100 美元的年轻人由推销保险起家，创立了美国最成功的保险企业“美国联合保险公司”，摇身一变成为 4 亿美元的大富豪。斯通在美国联合保险公司培训中心倡导与推广的推销致富

PMA 课程，风靡了美国，造就了无数的百万富翁。因此，斯通不仅是保险巨子，更是创富学的第三代祖师。

一、保险业怪才

- ☐肯定的人生观是创富的奥秘
- ☐自我激励才能实现目标
- ☐乐观自信才能保持永远
- ☐积极思考才能成功无限

二、PMA 推销黄金律

- ☐你能改变自己的世界
- ☐寻找另外的一点
- ☐学习观察
- ☐做事的秘诀
- ☐从工作中获得满足
- ☐培养“神奇的狂热”
- ☐如何找到快乐

第三篇/203

世界首席保险推销员 齐藤竹之助

1919年毕业于庆应大学经济系，同年进入日本

三井物产公司，后任三井总公司参事，1950年退职。退职后任美国驻日本某商会顾问，中央卫生福利事业公司常务理事。1952年起担任朝日生命保险公司推销员支部长，1959年创日本最高销售纪录，成为日本首席推销员，并持续下来。1963年，齐藤竹之助的推销额高达12.26亿元，被美国的“百万美元推销员”俱乐部吸收为终身会员。

一、第二人生的起跑线

- ☐ “只要干，就能成功”
- ☐ 你当推销员吧！
- ☐ 最美不过夕阳红
- ☐ 贝格的启示

二、老骥伏枥，志在千里

- ☐ 超过“凯迪拉克”
- ☐ 笑到最后，笑得最好
- ☐ “一碗素汤面”
- ☐ 如愿以偿梦成真
- ☐ 全胜之际

三、意志是行动的向导

四、挑战，第三人生

五、百万富翁俱乐部

六、“世界首席推销员”

第四篇/229

美国寿险推销冠军 贝格

少时父亲即过世，由寡母抚养成人。所受学校教育相当有限，连中学也没念完。当过棒球选手，29岁时从事人寿保险推销，12年后成为全美最成功、收入最高的推销员之一。

一、美国人寿保险推销冠军贝格的热情

☐热情不是天生的，需要训练

☐如何在推销中运用“热情”

☐热情——保你推销成功

二、如何请满意的客户写介绍函

三、发现顾客最想要的东西，然后满足他

四、发现顾客最重视的需求的方法（上）

五、发现顾客最重视的需求的方法（下）

六、与顾客交朋友然后谈生意

第五篇/263

推销大王 乔·坎多尔弗

12岁丧母，不久父亲过世，少时生活艰辛。1960年从事保险推销。1976年，推销额达10亿美元，成

为美国最富的推销员之一。

一、成功来自磨难

- ☐失去双亲痛苦万分
- ☐举步维艰
- ☐时间就是金钱

二、坎多尔弗的创意推销

- ☐什么是创意
- ☐推销是轻而易举的事
- ☐“专心”是生意钥匙
- ☐从硬币中追逐钞票

第二部分

克里曼特·斯通 “超级推销员”训练法

第一篇/281

保险推销实战程序

克里曼特·斯通指出，保险推销工作唯一的秘

诀,在于事前有充分的准备工作,才能有事后出色的演出,使准客户建立起对你的信心。而推销员如何让自己的技巧日益娴熟,没有其他办法,只有“勤”字而已。

- 一、推销前的准备工作
- 二、递名片的技巧
- 三、说明的技巧
- 四、说明的原则
- 五、推销循环
- 六、接触的方式

☐电话约访

☐缘故拜访

☐陌生拜访

- 七、塑造完美形象
- 八、倾听的技巧

第二篇/323

超级推销员业绩 倍增法则

发展的契机和丰厚的利润总是伴随新的头脑从
天而降。

——克里曼特·斯通

- 一、寿险推销基本要领

- 二、左右逢源的销售技巧
- 三、提高购买率的方法
- 四、业绩倍增的推销法
- 五、推销时的动作、仪态和语言
- 六、指引你步上专业行列之步骤
- 七、寿险企业化

第三篇/355

攻心为上

——突破准客户心理防御

推销人员必须有遭受拒绝的心理准备和属于自己的
一套基本的抓住顾客心理的技巧。

- 一、如何引起客户的兴趣
- 二、身体语言
- 三、如何打入客户心坎里
- 四、突破准客户心理防御的技巧
- 五、促成的技巧

- ☐ 在准客户突然变卦时的对策
- ☐ 促成的方式
- ☐ 促成应持的态度
- ☐ 促成的戒律

第四篇/385

推销超级口才

推销员应当能够以完备的知识和诚恳的态度消除顾客的误会，改变顾客的想法。

一、准客户不想买，有各种借口

二、请准客户自己想一想

☐ 为生金蛋的鹅买保险

☐ 枪口对准你时

☐ 把你自己放在第一位

第五篇/431

超级保险推销员 成功法则

推销员是一个神圣的职业，推销员是每一个公司生存与发展的主动力；没有优秀推销员的公司必然没有活力与生存力。如果您按成功者的行事法则磨炼自己，那么你就能成为超级推销员。

一、20个成功守则

二、成功的诀窍

三、10句成功的推销格言

- 四、A 至 Z 的推销员态度
- 五、23 个充实生活的建议
- 六、女性行销人员应注意事项

第六篇/457

中国保险推销员必读

中国保险业正在兴起，中国将是世界上最大的保险市场。保险推销，将成为中国收入最丰厚的热门职业之一。

一、中国目前的主要保险业务

☐国内保险业务

☐涉外保险业务

二、中国是个寿险大市场

☐中国是一个不完善的潜在的寿险大市场

☐寿险的言义及其特点

☐寿险的类别

☐寿险契约

☐健康保险的性质

☐健康保险的种类

三、中国保险市场十大趋势

☐群雄逐鹿 市场开放

☐体系完善 管理加强

- ☐ 寿险将成为重头戏
- ☐ 竞争转向
- ☐ 营销体制即将形成
- ☐ “红娘”走俏
- ☐ 市场竞争规范化
- ☐ 从粗放到集约到集团
- ☐ 地区差距拉大
- ☐ 寻觅英才

四、中国寿险业面临的机遇与挑战

- ☐ 市场化改革促进寿险业的发展
- ☐ 寿险发展的基本动力
- ☐ 社会结构及其变迁推动寿险的发展
- ☐ 通货膨胀——寿险发展的拦路虎
- ☐ 胜者为王——来自外国同行的挑战

第一部分

我是世界上最棒的
保险推销员

第一篇

推销之神原一平

从小他就像个标准的小太保，叛逆顽劣的个性使他无法立足于家乡。23岁，他远离家乡到东京打天下。27岁，进入明治保险公司做一名“见习推销员”。他穷得连中餐也吃不起，没钱搭电车只能走路上班，甚至晚上露宿街头……然而他的内心时刻燃着一把“永不服输”的火，鼓舞着一股越挫越勇的斗志。36岁时，他终于创下了全日本保险推销业冠军的业绩。他不但成为亿万富翁，更被誉为日本的“推销之神”。



一、奋斗的历程

□头号大顽童

人人厌恶的小太保

公

元1904年，我（指原一平，下同）出生于日本长野县的乡下。由于家父德高望重又热心公务，被推举在村里担任若干要职，深受村民的敬重。

我的家境富裕，为村中之冠。很凑巧，我也是全村排名第一的捣蛋鬼。

我是家中的老小，甚得父母的宠爱，从小就因脾气暴躁、调皮捣蛋、叛逆顽皮而恶名昭著。

年少得志大不幸

因为我在故乡的声誉太坏了，所以在1926年——23岁