

保险行销丛书

业务尖兵手册

A HANDBOOK FOR
A PROFESSIONAL EXPERT

张惠慧/著



西南财经大学出版社



(台)广场文化出版事业有限公司

——— 保险营销丛书

业务尖兵手册

张惠慧/著

责任编辑:方英仁

封面设计:穆志坚

书名:业务尖兵手册

张惠慧 著

出版者:西南财经大学出版社

(四川省成都市光华村西南财经大学内)

邮编:610074 电话:(028)7301785

(台)广场文化出版事业有限公司

(台北市信义路3段41-2号10楼)

电话:(02)7033721

印刷:冶金部西南勘查局测绘制印厂

发行:西南财经大学出版社

全国新华书店经销

开本:850×1168 1/32

印张:5.8125

字数:140千字

版次:1997年12月第1版

印次:1997年12月第1次印刷

印数:11000册

定价:21.20元

ISBN 7-81055-243-0/F·187

引进版权合同登记号:21-1997-016

如有印刷、装订等差错,可向本社发行部调换。

引进版权,独家所有,翻印必究。

10323/17

为保险从业人员助一臂之力

西南财经大学出版社常务副社长 何志勇

近年来，我国保险事业得到蓬勃发展，市场经济中的许许多多风险，通过保险业得到相当的化解。然而，保险的意义、作用并非尽人皆知。

或许有人以为，保险是神圣的，是国家、政府应当考虑的重要问题；同样，保险应当是国有保险公司的事，是国有大企业的事，离我们个人十分遥远，与我们的生活并不相干。我们不需要关心保险。但终有一天，保险会走进你我的生活：要么保险来找你，要么你去找保险。这里的问题还在于，你找我来我找你，好象呼唤与被呼唤并不相通，没有共同的语言。一方面，保险人没有足够的保险知识和营销经验，缺乏应有的技巧使被保险人认同；另一方面，被保险人则抱着大量的要求和期望，埋怨找不到理想的保险代理、策划人。这是我国雄心勃勃的保险业所面临的一种尴尬。

面对这种局面，我们似乎应当做点什么。

西南财经大学出版社是全国金融系统中仅有的两家出版社之一，出版了大量保险类教材，与全国各保险公司有着广泛的联系，并且背靠西南财经大学保险学院雄厚的师资力量，一直希望通过图书出版，支持并参与中国保险事业的发展。

在中国铺天盖地的保险浪潮中，我们感到，单靠传统的保险教科书，仅有死气沉沉的纯理论，好象并不能解决所出现的问题。除了保险教材以外，还必须有多种形式的保险图书来支持中国保险业的前进。当务之急，是推出一批实用的、深入浅出、通俗易懂的保险读物——献给那些充满激情但缺乏经验的保险营销人员。

我们发现，由保险专业研究人员写出的东西不能完全满足实际需要。这里缺乏的不是保险理论，而是经验。经验是不可以研究出来的。经验哪里才有呢？只有那些长期从事保险实际工作且卓有成效者最有经验。中国保险业刚刚起步，总的来说，经验都不够，出版这种传授经验的图书，眼光好象还得放宽。

在这个背景下，西南财经大学出版社与我国台湾广场文化出版事业有限公司这两家主要出版保险图书的出版社负责人见面了。

广场文化出版事业有限公司隶属的是台湾保险营销集团，是专事保险图书、杂志出版和保险咨询的机构，多年来一直致力于保险营销教育培训事业，卓有成效，出版的《保险营销丛书》40余种，畅销东南亚。该丛书主要针对保险从业人员的实际需要，从不同角度传输保险的经验、技巧和案例，读者可以轻轻松松读完全书。这些书的作者大都是保险业成功人士，他们经验丰富，功成名就，现身说法，精彩可信。这些书中所言，似乎就是我国保险从业人员所需要的“经验”。

我们经过多方努力，引进版权，把这套书奉献在读者面前，希望以此为保险从业人员助一臂之力。

出版者的话

无限宽广的保险营销人员之路

(台) 保险行銷集团董事长 梁天龙

胡适先生曾说过，保险的意义是“今日作明日的准备”、“父母作儿女的准备”、“儿女幼小时，作儿女长大时的准备”，而这种“今天预备明天”、“生时预备死时”、“父母预备儿女”的稳健旷达与慈爱精神，是现今保险对人类社会的一大贡献。

在这层大贡献的背后，保险行銷人员身负推动“保险大爱”的工作使命是值得尊敬而推崇的。然，一位真正优秀的专业保险行銷人员，除了具有高度的工作使命感之外，爱心、耐心也是重要的因素。除此之外，保险行銷人员是否具有专业素养更是重要的课题，且是形成其值不值得为社会大众所敬重的绝对因素，是不容忽视的一环。

西南财经大学出版社，在国内是享誉盛名的良好出版社，也是全国金融系统中拥有的两家出版社之一，出版了大量的保险教材及学术理论书。他们对于支持并参与中国保险事业的发展一直不遗余力。这种真诚为民族保险事业贡献的精神是值得尊敬的，也是令人感动的。

承蒙西南财经大学出版社的厚爱，保险行銷集团辖下广场文化出版事业有限公司所出版的一系列保险行銷丛书，有幸与其合作出版，就地制作、全国发行。经过双方多次的协商讨论以及出

版细节工作的交流，举凡出版、内容文字的编印、制作品质的讨论、美术装帧的精心设计…这些艰巨耗时的工程，充分表达了双方对于此次合作出版的重视与诚意。透过这层层的繁琐工作，西南财经大学出版社的工作伙伴所散发的高度热忱及高效率，也着实令我们感佩且更加珍惜此次的合作机会。

保险行销集团，多年来一直致力于海外的保险行销教育培训事业发展，在我国台湾地区、香港特别行政区和东南亚地区深耕之后，成就卓著。多年来我们一直以“全球华人专业保险行销知识领航员”自许，也得到许多肯定。透过此次的两岸合作出版，我们十分乐意将多年来在海外的工作成果及经验与我国广大保险行销人员分享，这一系列丛书的出版，相信能为我国日渐蓬勃发展的保险事业贡献绵薄之力。

未来保险业的发展是可期的，属于保险行销人员的路，是无限宽广的。而知识就是力量。当保险市场迎面开展而来时，专业的、坚持的、用心的保险行销人员一定为市场所接受，在此，让我们以提升保险人的专业形象和素质为己任，共同为中国保险业发展尽一番心意。

自序

1

张惠慧

自序

1979年夏天，大学刚毕业，任职秘书，9月份的一天下午，电话那端传来父亲于计程车上因心肌梗塞而身故，顿时家中一片混乱。

父亲是位中医师，却救不了自己，生了病住院治疗，庞大的医药费掏空了积蓄，去世之后的丧葬费使家中经济大乱。

身为长女的我，放弃了比利时鲁汶大学的入学许可，扛起了家中的生活担子，为了高薪跳槽，晚上还兼家教，写稿来赚自己的零用钱。

直到认识了保险，才警觉如果当初父亲有一张保单，我们就不会有金钱的困难，也不会有安全上的恐惧，保险实在是一个伟大的发明。

1983年踏入保险业，转眼之间8年过去，永远都不会忘记当初陌生拜访被人赶出来的那一幕，站在民生东路，眼泪几乎夺眶而出，7月的艳阳都烘不暖我的心，心想为什么要让别人来践踏我的尊严。

但父亲的死是我的教训，每个家庭都会有生老病死的危机，如果没有我的帮助，他们不可能认识保险，儿女们可能会面临我当时的问题，为了不让他们有这危险，咬着牙，继续做拜访。

这8年来，我的表现并不出色，但我不需要和别人相比，只和自己比赛，我要学习以前我不会的学问，我要增加帮助的客户数量，我要做好服务，让客户更了解保险，我要把所学及所能回馈给保险同仁及社会。

说时容易做时难，8年来，我努力的付出，同事的鼓励，让我在屡次挫败中再茁壮。

推销保险是我终身的志事，我不愿因为名与利放弃理想，我爱推销，因为它让我永远都可以从“原点”开始，做一个“保险教”的传教士。

这本书其实是给推销保险的新鲜人看的，但相信也是任何资深的业务员必看的书，有人因为成功，忘记当初进入保险行业的职志，更忘记了推销，这本书能让我们一切从“原点”开始。

谢谢我所有的朋友、客户、同事，没有你们的鼓励与支持，我没有勇气再继续走下去，也谢谢一些师长，如施文森、林勋发、戴立宁等老师给我身与言的教导，为了这许多的一切，我会更努力。

谨以我的辛勤及一点点的成果献给我的母亲——邹镜章女士，没有她的支持，我无法在深夜写稿，并快速的完成。

目 录

自序.....	(1)
---------	-----

第一篇 心理篇

1 人寿保险是什么	(3)
2 推销保险可以当成终身事业吗	(6)
3 保险可以成为人生信仰吗	(9)
4 保险业务员应具备哪些条件	(12)
5 保险业务员应有哪些基本认识	(15)
6 保险业务员应有哪些工作观	(18)
7 如何训练自己	(23)
8 如何克服低潮	(26)

第二篇 实战篇

9 推销前应有哪些准备	(31)
10 基础专业知识有哪些	(34)
11 如何安排行程	(37)

12 如何扩展人际关系	(41)
13 到哪里找客户	(44)
14 如何研究客户资料	(47)
15 如何作电话约谈	(50)
16 电话约谈实例	(53)
17 如何作陌生拜访	(56)
18 如何加强给人的第一印象	(59)
19 如何与客户接触和说明	(62)
20 如何成功缔结保险	(65)
21 如何进行面谈问答	(68)
22 客户会有哪些反对问题	(71)
23 反对问题的列举	(74)
24 如何处理反对问题	(77)
25 成功的说话术为何	(80)
26 有力的推销话术	(83)
27 如何开口请客户介绍客户	(88)
28 客户服务有哪些	(91)

第三篇 文书管理篇

29 客户资料如何建档	(97)
30 如何做好档案管理	(103)
31 如何使用办公室文具及机械	(108)
32 有必要买电脑吗	(111)
33 电脑可协助处理哪些事	(114)

34 有必要找一个秘书助理吗	(117)
----------------------	-------

第四篇 自我管理篇

35 如何塑立自我形象	(123)
36 如何培养健康的人生事业	(126)
37 如何提升自己的成功	(128)
38 如何养成良好的工作习惯	(131)
39 业务员最容易犯哪些缺点	(134)
40 如何有效掌握时间	(137)
41 业务员应如何理财	(139)
42 如何与自己“金金”计较	(142)
43 如何设定目标	(145)
44 业务员每天应达成哪些基本目标	(148)
45 业务员如何作事业规划	(151)
46 回顾与检讨	(154)

心理篇

第一篇

第一篇 心理篇 1

人寿保险是什么

有人在非洲推销鞋子，有人在沙漠中推销雪橇，更有人在北极卖冰箱，他们各有一套推销话术，每个产品都有它的需要性，而人寿保险——不论贫富、不论男女，都需要人寿保险。

但人寿保险是什么？

一、是互助：捐过血的人一定知道，捐血到一定次数后，可在急用时换取血液使用，甚至可供家庭之需。平时我们捐助 250CC 的血液，并不会造成身体上的问题，但却可以使我们免于无血的恐慌，捐血是救人，也是互助。

二、事前做准备，未雨绸缪：夏天快来临时，也就是台风盛行之际，多一分准备，少一分损失，小孩子打天花、霍乱等预防针，也是预防感染，事前做准备总比

事后后悔好。

三、稳当：每个人可能都做了许多准备，但再多一道防卫措施，宁可备而不用，也不要临时失措，如公交车上的安全门、船上的救生艇、大厦的防火巷和灭火器等，都是再加一道防范，给人稳当的感觉。

与人做生意、签订合约、租房子给房客、订定租约，以免将来纷争，都是求稳当。

四、保护：开车虽有车外壳的保护，仍需系安全带；骑机车也要戴安全帽；工人要戴手套保护双手不受伤害；运动员要穿护膝保护膝盖，这些都是保护。

五、负责任：很多人上班的第一天，老板要求找个保人；买房子贷款要抵押品，申请信用卡也要房地产证明或保人，以示负责任，承诺付钱。

六、储蓄：把钱放在银行，如有急用会动用；把钱拿去投资，可能有风险；人寿保险是另一种有效的储蓄，并且强迫去做。

七、价值的证明：没有人能证明故宫的古董值多少钱，歌星的喉咙能赚多少钱，但只要保险公司肯保，就值那么多，那就是价值的证明。

没有人能肯定自己一生能赚多少钱，家长对儿女的价值很大，夫对妻的价值也很大，这些都需要保证。

而保险就是互助、未雨绸缪、稳当、保护、负责

任、储蓄、价值证明、保障的代替品，每个人都应该拥有它。