



寿险营销系列丛书

SHOUXIANYEWUYUANYUANBIDU

# 寿险业务员 必读

鲍毅 / 编著



延边大学出版社

责任编辑：贾锐 封面设计：萧迎



寿险营销系列丛书

策划 / 长沙鼎翰文化

15.0



ISBN 7-5634-1592-0



9 787563 415922 >

ISBN7-5634-1592-0/F·163

全套定价：45.00元

寿险营销系列丛书

# 寿险业务员必读

鲍毅 编著

延边大学出版社

责任编辑:贾 锐

封面设计:萧 迎

寿险营销系列丛书  
**寿险业务员必读**  
主编:鲍 毅

---

延边大学出版社出版  
(吉林省延吉市延边大学院内)  
核工业中南三〇六印刷厂印刷

---

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:7  
字数:185 千字  
2001 年 11 月第 1 版 2001 年 11 月第 1 次印刷

---

ISBN 7-5634-1592-0/F·163

全套定价:45.00 元

# 目 录

|                                |      |
|--------------------------------|------|
| <b>第一编 热爱保险事业</b> .....        | (1)  |
| 一、我为什么这样热爱保险事业 .....           | (3)  |
| 二、值得坚持一生的事业 .....              | (3)  |
| (一) 值得坚持一生的事业 .....            | (3)  |
| (二) 收入无限 .....                 | (4)  |
| (三) 选择交易对象 .....               | (4)  |
| (四) 自己当老板 .....                | (4)  |
| (五) 个人发展 .....                 | (4)  |
| (六) 获取事业地位 .....               | (4)  |
| 三、人寿保险的社会价值 .....              | (4)  |
| (一) 人寿保险是家庭保障 .....            | (4)  |
| (二) 人寿保险是积蓄的得力助手 .....         | (4)  |
| (三) 人寿保险是物超所值的必须品 .....        | (5)  |
| (四) 人寿保险是创业守成之道 .....          | (5)  |
| (五) 人寿保险是最有价值的资产 .....         | (5)  |
| 四、保险事业发展前景广阔 .....             | (5)  |
| 五、百万年薪不是梦 .....                | (6)  |
| 六、迈向您的成功之路 .....               | (7)  |
| <b>第二编 保险营销心理与保险营销思维</b> ..... | (9)  |
| 一、如何了解准客户的需求 .....             | (11) |
| 二、如何应付不同类型的客户 .....            | (13) |
| 三、销售过程中的客户心理状态分析 .....         | (14) |
| (一) 面部表情 .....                 | (14) |
| (二) 体态语言 .....                 | (15) |

|                                  |      |
|----------------------------------|------|
| (三) 点头 .....                     | (16) |
| (四) 走路的姿势 .....                  | (16) |
| (五) 做明察秋毫的人 .....                | (16) |
| (六) 眼睛 .....                     | (17) |
| (七) 其他信息 .....                   | (17) |
| (八) 结论 .....                     | (18) |
| 四、正视转介绍的力量 .....                 | (18) |
| 五、什么因素阻碍你开口 .....                | (19) |
| 六、建立 10 种健康心态 .....              | (20) |
| 七、8 项要诀                          |      |
| ——8 项对影响力中心应有的认识 .....           | (21) |
| 八、找对人表对情才有搞头 .....               | (22) |
| 九、销售前后自我分析 .....                 | (23) |
| <b>第三编 保险销售技巧——基本技巧和方法</b> ..... | (25) |
| 一、推销经典心得 .....                   | (27) |
| 二、13 个行销成功的要诀 .....              | (28) |
| 三、成功者的 13 项习惯 .....              | (29) |
| 四、高绩效业务员的 9 项修炼 .....            | (29) |
| 五、高绩效业务员工作模式 .....               | (30) |
| 六、赞美的艺术 .....                    | (31) |
| (一) 衣 .....                      | (31) |
| (二) 食 .....                      | (31) |
| (三) 住 .....                      | (31) |
| (四) 行 .....                      | (32) |
| (五) 外表 .....                     | (32) |
| (六) 内在 .....                     | (32) |
| (七) 经理 .....                     | (32) |
| (八) 老板 .....                     | (32) |
| (九) 长辈 .....                     | (32) |

---

|                         |      |
|-------------------------|------|
| (十) 年轻人 .....           | (32) |
| (十一) 父母 .....           | (33) |
| (十二) 小孩 .....           | (33) |
| 七、笑容是营销人员的通行证 .....     | (33) |
| 八、交换名片                  |      |
| ——由交换名片留下的良好印象 .....    | (33) |
| 九、握手的学问 .....           | (34) |
| (一) 正确的握手姿势 .....       | (34) |
| (二) 握手时应注意的事项 .....     | (34) |
| 十、建议书的内容 .....          | (35) |
| 十一、商品组合                 |      |
| ——建议书设计制作中的重要一环 .....   | (36) |
| (一) 目的 .....            | (36) |
| (二) 原则 .....            | (36) |
| (三) 商品组合的出发点 .....      | (36) |
| (四) 商品组合的设计思路 .....     | (36) |
| (五) 商品组合模式 .....        | (37) |
| 十二、说明的技巧 .....          | (37) |
| 十三、预防拒绝 26 招 .....      | (38) |
| 十四、拒绝处理的 13 大秘诀 .....   | (39) |
| 十五、辨识 18 个客户购买的信息 ..... | (40) |
| 十六、促成签约应遵循的原则 .....     | (41) |
| 十七、利于促成的有效动作 .....      | (42) |
| 十八、促成的方法 .....          | (42) |
| (一) 暗示试探法 .....         | (42) |
| (二) 付款化整为零法 .....       | (43) |
| (三) 举例法 .....           | (43) |
| (四) 二择一法 .....          | (43) |
| (五) 代客户作决定法 .....       | (43) |

---

|                               |             |
|-------------------------------|-------------|
| (六) 威胁法 .....                 | (43)        |
| (七) 利益共享法 .....               | (43)        |
| (八) 激将法 .....                 | (43)        |
| 十九、促成 15 戒 .....              | (43)        |
| 二十、售后服务的 9 大原则 .....          | (44)        |
| <b>第四编 保险销售技巧——创意行销</b> ..... | <b>(45)</b> |
| <b>一、创意营销全程探究</b> .....       | <b>(47)</b> |
| (一) 开发技巧 .....                | (47)        |
| (二) 媒体运用 .....                | (60)        |
| (三) 拒绝处理 .....                | (67)        |
| (四) 促成要诀 .....                | (72)        |
| <b>二、创意营销 20 例</b> .....      | <b>(77)</b> |
| (一) 投其所好 .....                | (77)        |
| (二) 柴田和子的“红灯话术” .....         | (78)        |
| (三) 柴田和子的“输血活术” .....         | (79)        |
| (四) 柴田和子的“激战话术” .....         | (81)        |
| (五) 年轻人的需要 .....              | (82)        |
| (六) 以身推销法 .....               | (83)        |
| (七) 送古币推销保险 .....             | (84)        |
| (八) “电话试探法”效果好 .....          | (84)        |
| (九) 攻破对方心防的五封信 .....          | (85)        |
| (十) 从裁缝店发掘新客户 .....           | (86)        |
| (十一) 对准客户提供细心的服务 .....        | (87)        |
| (十二) 善用赠给客户的月历 .....          | (87)        |
| (十三) 一石二鸟之计 .....             | (87)        |
| (十四) 如果你不……那么 .....           | (88)        |
| (十五) 保险公司寄给客户的寓言 .....        | (88)        |
| (十六) 人寿保险就像一部电梯 .....         | (88)        |
| (十七) 关心被遗忘的中年人 .....          | (89)        |



---

|                                |              |
|--------------------------------|--------------|
| (十八) 发挥“辅助道具”的功能 .....         | (90)         |
| (十九) 你看得到事实 .....              | (90)         |
| (二十) 以专业对抗专业 .....             | (90)         |
| <b>第五编 保险客户开拓 .....</b>        | <b>(93)</b>  |
| <b>一、主顾开拓 .....</b>            | <b>(95)</b>  |
| (一) 两个 1/3 原理 .....            | (95)         |
| (二) 12 个主顾开拓方法 .....           | (95)         |
| <b>二、拜访客户的 44 个理由 .....</b>    | <b>(96)</b>  |
| (一) 初次拜访的理由 .....              | (96)         |
| (二) 再次拜访的理由 .....              | (96)         |
| (三) 售后服务的理由 .....              | (97)         |
| <b>三、要客户购买保险的 39 个理由 .....</b> | <b>(98)</b>  |
| (一) 为子女购买保险的 10 大理由 .....      | (98)         |
| (二) 为家庭购买保险的 10 大理由 .....      | (98)         |
| (三) 为自己购买保险的 14 个理由 .....      | (99)         |
| (四) 为公司或事业购买保险的四大理由 .....      | (99)         |
| <b>四、准客户资料的收集 .....</b>        | <b>(99)</b>  |
| <b>五、化陈旧为神奇</b>                |              |
| ——校友录的应用 .....                 | (101)        |
| <b>六、5 个最佳时机 .....</b>         | <b>(102)</b> |
| <b>七、拜访客户的最佳时间</b>             |              |
| ——如何合理安排一天 6 访 .....           | (103)        |
| <b>八、直冲拜访</b>                  |              |
| ——无借口, 无例外 .....               | (105)        |
| <b>九、别遗漏任何在你身边出现的人 .....</b>   | <b>(105)</b> |
| <b>十、左右逢源 .....</b>            | <b>(106)</b> |
| <b>十一、满天花雨</b>                 |              |
| ——如何增加拜访的客户数 .....             | (108)        |
| <b>十二、培养客户推荐的 4 个程序 .....</b>  | <b>(109)</b> |

- 
- 十三、取得私人转介绍有 3 宝 ..... (110)
- 十四、名单取得法 ..... (111)
- 十五、提高名单品质的 5 大要诀 ..... (112)
- 十六、及早播下转介绍种子 ..... (113)
- 十七、建立影响力中心的 6 大途径 ..... (114)
- 十八、自己当影响力中心 ..... (115)
- 十九、利用午餐约会取得名单 ..... (116)
- 二十、冬练三九 夏练三伏 ..... (116)
- 二十一、不要一开口就请人介绍 ..... (117)
- 二十二、拒绝推荐处理 ..... (118)
- 二十三、最危险的地方其实最安全  
——如何应对“谢绝推销” ..... (119)
- 二十四、鸿雁传情 ..... (120)
- 二十五、联谊会建立起交情 ..... (121)
- 二十六、休闲中开发客源 ..... (122)
- 二十七、网络式行销  
——演讲会销售 ..... (122)
- 二十八、研讨会轻松话保险 ..... (123)
- 二十九、不积跬步，无以至千里 ..... (125)
- 三十、心静方能胆大  
——如何消除拜访恐惧症 ..... (126)
- 三十一、隔山打牛 ..... (127)
- 三十二、先发制人  
——主动提出要求 ..... (128)
- 三十三、以彼之道，还施彼身  
——巧用“诚信” ..... (129)
- 三十四、诚招天下客  
——我需要你的帮助 ..... (130)
- 三十五、救命回马枪

|                           |              |
|---------------------------|--------------|
| ——多问一句 .....              | (131)        |
| 三十六、美好生活，共同拥有             |              |
| ——你也一样重要 .....            | (133)        |
| 三十七、赠人玫瑰，手有余香             |              |
| ——寻找准客户 .....             | (134)        |
| 三十八、人无我有，人有我新             |              |
| ——一条龙服务 .....             | (135)        |
| 三十九、日久见人心                 |              |
| ——与客户一同成长 .....           | (136)        |
| <b>第六编 最新保险推销话术 .....</b> | <b>(139)</b> |
| 一、激励客户打开话匣子 .....         | (141)        |
| 二、陌生法主顾开拓话术 .....         | (142)        |
| 三、缘故法主顾开拓话术 .....         | (144)        |
| 四、介绍法主顾开拓话术 .....         | (145)        |
| (一) 索取名单 .....            | (145)        |
| (二) 电话约访 .....            | (147)        |
| 五、信函法主顾开拓话术 .....         | (148)        |
| 六、激发客户兴趣话术 .....          | (150)        |
| 七、按年龄分类的需求分析话术 .....      | (154)        |
| 八、按职业分类的需求分析话术 .....      | (156)        |
| 九、理财型需求分析话术 .....         | (158)        |
| 十、风险型需求分析话术 .....         | (161)        |
| 十一、健康险说明话术 .....          | (162)        |
| 十二、少儿险说明话术 .....          | (166)        |
| 十三、养老险说明话术 .....          | (167)        |
| 十四、分红险话术 .....            | (169)        |
| (一) 老客户接触 .....           | (169)        |
| (二) 一般接触(寒暄)开门话术 .....    | (169)        |
| 十五、促成话术 .....             | (172)        |

---

|                            |              |
|----------------------------|--------------|
| 十六、处理拒绝话术 .....            | (175)        |
| 十七、利息税话术 .....             | (183)        |
| <b>第七编 保险销售冠军简介 .....</b>  | <b>(187)</b> |
| 一、促成 5000 万元的团体保险          |              |
| ——中国台湾庄秀凤业务秘诀 .....        | (189)        |
| 二、跑遍 97 家银行                |              |
| ——日本柴田和子业务秘诀 .....         | (190)        |
| 三、训练客户有一套                  |              |
| ——中国香港刘家驹业务秘诀 .....        | (191)        |
| 四、巧用紧急事件卡                  |              |
| ——中国台湾李高义业务秘诀 .....        | (192)        |
| 五、善用影响力中心的力量               |              |
| ——美国盖瑞·史斯曼业务秘诀 .....       | (193)        |
| 六、电话预约的 3 个要素              |              |
| ——日本原一平的业务秘诀 .....         | (194)        |
| 七、用销售以外的服务增加声誉             |              |
| ——约翰·撒维基的业务秘诀 .....        | (195)        |
| 八、销售现金                     |              |
| ——班·费德文的业务秘诀 .....         | (196)        |
| 九、吃出效率                     |              |
| ——美国诺曼·拉文的业务秘诀 .....       | (197)        |
| <b>第八编 保险业励志背诵文选 .....</b> | <b>(199)</b> |
| 一、序篇 .....                 | (201)        |
| 二、我要用全身心的爱来迎接今天 .....      | (201)        |
| 三、坚持不懈，直到成功 .....          | (204)        |
| 四、我是自然界最伟大的奇迹 .....        | (206)        |
| 五、今天我要学会控制情绪 .....         | (208)        |
| 六、我现在就付诸行动 .....           | (210)        |

# 第一编

## 热爱保险事业



## 一、我为什么这样热爱保险事业

我为什么这么热爱保险事业？这是因为：

我喜欢被别人信赖。更喜欢有机会帮助他们。

我喜欢那些工作者一个个都是场合中的领导者。

我喜欢这工作使我可以挑选乐意交往的对象。

我喜欢可以自由发挥的行业，永无止境的行业。

我喜欢毫无顾忌地赚钱，甚至超越我的主管。

我喜欢帮助那些选错投保内容的朋友，使他们勿再吃亏。

我喜欢对人类有贡献的行业，使我积了无数功德。

我喜欢这个行业的安定，它来自我的推销能力。

我喜欢这个工作的独立性，它让我体会到我存在的重要。

我喜欢这个工作的严肃，它拯救了我的朋友。

我喜欢这个工作的环境：自由、进取。

我喜欢它的产品内容，真正让客户受惠。

## 二、值得坚持一生的事业

### （一）值得坚持一生的事业

构成“事业”的要素，必须是高尚的，不仅要合乎社会大众的需要，且能满足人类的需求，而寿险完全符合这些条件。

## （二）收入无限

从事寿险行销如同经营独资事业。一位有经验的寿险销售人员，他的工作收入往往和他的精力、进取心和才智成正比，销售越多，收入也越高。

## （三）选择交易对象

你可以依自己的意愿及进取心，任意挑选您乐意交往的生意伙伴。

## （四）自己当老板

独资经营事业可能遭到资金短缺、物价波动、市场萧条等困难，但寿险行销却永远不须担忧存货过剩或物资缺乏。

## （五）个人发展

在接触不同的人群时，你不但可以扩张视野，同时可以借由自我反省和自我表达，来赢得人们的喜爱，并进而影响别人，你的人格及声望将与日俱增，你的人际关系及心胸也将更趋通达圆融。

## （六）获取事业地位

您可以接受规划最完美的训练，逐步达成人生目标，树立事业典范，奉行“普爱众人”的理念，令人尊敬。

# 三、人寿保险的社会价值

## （一）人寿保险是家庭保障

虽然寿险并非保障家庭独一无二的最佳方法，但却是惟一最实际稳当的途径。

## （二）人寿保险是积蓄的得力助手

寿险是助人节约储蓄的必要措施，不单只是保障家人，同时也保障了自己的老年生活。



### （三）人寿保险是物超所值的必需品

人只要活一天，就要为生活上的琐碎事务付出代价，不管他买不买寿险。所以寿险提供合理的条件而成为现代人不可一日不备的必需品。

### （四）人寿保险是创业守成之道

寿险是一般人所能进行的最佳投资，它的安全性、流通性、获利性以及种种使它成为理想投资的优点，这都是其他投资所比不上的，它是一般私人投资计划的基础。

### （五）人寿保险是最有价值的资产

当平安健康时，寿险可备而不用，但是等到年老力衰而退休，或是不幸身故，家庭收入断绝，就要靠这笔资产来维持生活。

## 四、保险事业发展前景广阔

从世界各地的人均投保率来看，中国的市场成长空间很广阔，假如成长到韩国的水平，市场将产生 2.6 万亿元人民币保费（13 亿人 × 2000 元）。保险从业人员有相当大的发展空间。

