



保险精英 速成精品手册

(第3版)

张惠玲 编著



014004727

F840. 32

55

3



保险精英 速成精品手册

(第3版)

张惠玲◎编著



北航

C1692012

F840.32
55-3

中华工商联合出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

保险精英速成精品手册/张惠玲编著. —北京: 中华
工商联合出版社, 2013.8

ISBN 978-7-5158-0633-4

I. ①保… II. ①张… III. ①保险业—市场营销学—
手册 IV. ①F840.4-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 168416 号

保险精英速成精品手册

作 者: 张惠玲

责任编辑: 于建廷 关山美

封面设计: 周 源

责任审读: 郭敬梅

责任印制: 迈致红

出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷: 三河市华丰印刷厂

版 次: 2013 年 11 月第 1 版

印 次: 2013 年 11 月第 1 次印刷

开 本: 710mm×1020mm 1/16

字 数: 220 千字

印 张: 14.75

书 号: ISBN 978-7-5158-0633-4

定 价: 32.00 元

服务热线: 010-58301130

销售热线: 010-58302813

地址邮编: 北京市西城区西环广场 A 座

19—20 层, 100044

http: //www.chgslcbs.cn

E-mail: cicap1202@sina.com (营销中心)

E-mail: gslzbs@sina.com (总编室)

工商联版图书

版权所有 盗版必究

凡本社图书出现印装质量问题, 请与印
务部联系。

联系电话: 010-58302915

目录

第一部分 让自己看起来像一个成功者 / 001

第1章 从心开始 / 003

- 自信——失去自信是迈向失败的第一步 / 003
- 诚信——让客户把一生的保障放心地交给你 / 004
- 乐观——激发你的成功希望 / 005
- 感恩——善待客户是成功的保证 / 006
- 爱心——施比受更有福 / 007
- 学习——学习力是前进的动力 / 008
- 创造——培养你的应变思维 / 009
- 耐心——不要让成功功亏一篑 / 010
- 行动——没有执行就没有结果 / 011

第2章 自我包装 / 013

- “以貌取人”——客户评估你的第一个标准 / 013
- 保持微笑——与客户沟通最美妙的语言 / 021
- 商务礼仪——延伸你的良好形象 / 023

第2部分 高效的业务体系与销售流程 / 031

第3章 寻找客户——找到你心中的“他” / 033

客户到底在哪里——寻找准客户圆“五”曲 / 033

财自八方来——重点拓展你的缘故市场 / 034

谁是真正的准客户——成为保险准客户的条件 / 048

看准时机就下手——把握凸显保险营销的良机 / 050

第4章 认真备战——做好接触前的准备 / 055

了解所有——描出准客户的画像 / 055

打好腹稿——胸有成竹心不慌 / 061

备好行囊——带上你的“武器弹药” / 062

第5章 成功约访——争取见面的机会 / 067

言传心声——电话约访是事业的开端 / 068

轻松一点——电子约访更为迅速快捷 / 075

当面锣，对面鼓——当面约访的艺术 / 077

纸短情长——简单而又困难的信函约访 / 079

化异求同——约访拒绝的处理 / 083

第6章 初次见面——让客户快速接受你 / 089

营造气氛——寻找寒暄的话题 / 089

寒暄不“寒”——注意寒暄的调子 / 092

“一见钟情”——完美的第一印象 / 093

爱的表达——真诚赞美准客户 / 097

第7章 谈判高手——有效呈现你的“商品” / 105

会说话，好办事——恰如其分地表达 / 105

洗耳恭听——成全客户的重要感 / 117

好问决疑——挖掘客户的需求 / 122

生动描述——有效呈现你的“产品” / 128

激发兴趣——给客户一个购买的理由 / 135

第8章 扫除障碍——化拒绝为“一缕春风” / 141

害怕没有用——扫除自己内心的“拒绝” / 141

从29到30——跨过客户拒绝的门槛 / 143

实战演练——保险营销的常见拒绝应对技巧 / 145

- 第9章 适时成交——踢好“临门一脚” / 163
 要耕种更要收获——没有促成就没有交易 / 163
 趁热打铁——把握成交的时机 / 164
 煽风点火——促成交易的秘诀 / 168

- 第10章 递送保单——充分利用“中场” / 173
 步步为营——递送保单的准备 / 173
 不要拖延——及时递送保单 / 176
 送货验货——递送保单流程 / 177
 不测风云——退保的处理艺术 / 178

第3部分 提升销售业绩的绝招 / 183

- 第11章 转介绍——业务的命脉所在 / 183
 转介绍——客户开发的最佳捷径 / 185
 把握火候——转介绍的时机 / 186
 如鱼得水——转介绍的秘籍 / 188
 一步之遥——跨越转介绍的障碍 / 194

- 第12章 心无止境——服务到永远 / 201
 这些还是本职工作 / 202
 经常给客户一些意外惊喜 / 204
 用真诚去化解“上帝”的不满 / 206

- 第13章 成功增员——学会“两条腿走路” / 209
 增员——保险业务的核心力量 / 209
 来源——“人”从哪来 / 210
 面试——增员“二人转” / 215
 拒绝——增员“碰碰碰” / 218

- 第14章 熟记相关专业术语——切莫做个门外汉 / 225



| 第1部分 |

让自己看起来像一个成功者

第1章 从心开始

人与人之间只有很小的差异，但这种很小的差异却往往会造成巨大的差异！很小的差异是指你所具备的心态是积极的还是消极的，而巨大的差异则是成功与失败。

自信——失去自信是迈向失败的第一步

尼克松是我们极为熟悉的美国总统，但就是这样一位大人物，却因为缺乏自信而毁掉了自己的政治前程。

1972年，尼克松竞选连任。由于他在第一任期内政绩斐然，所以大多数政治评论家都预测尼克松将以绝对优势获得胜利。

然而，尼克松本人却很不自信，他走不出过去几次失败的心理阴影，极度担心再次失败。在这种潜意识的驱使下，他鬼使神差地干出了后悔终生的蠢事。他指派手下的人潜入竞选对手总部的水门饭店，在对手的办公室里安装了窃听器。东窗事发之后，他又连连阻止调查，推卸责任，结果在选举胜利后不久便被迫辞职。本来稳操胜券的尼克松，因缺乏自信而遭到惨败。

保险业务员的信心应包括三个方面：第一是对自己的信心，相信自己能干好，是一名出色的保险代理人，那么你就能克服一切困难，干好工作；第二是对企业的信心，相信企业能为你提供好产品，给你发挥才能、实现自我价值的机会，使自己的一切活动完全纳入企业行为中，并因成为该企业的一员而骄傲，即赋予自己一种企业自豪感以及对企业的认同和忠诚；第三是对产品的信心，相信你所推销的产品是最优秀的，你可以用该商品向你的准客户和朋友提供最好的服务，并且这种服务是一定会让对方获得保障。

诚信——让客户把一生的保障放心地交给你

全球华人首富李嘉诚，在创业初期资金极为有限。一次，一位外商希望大量订货，但他提出需要富裕的厂商作保。李嘉诚努力跑了好几天，仍一无着落，但他并没有捏造事实，或是含糊其辞，而是将一切据实以告。那位外商深为他的诚信所感动，对他十分信赖，说：“我从阁下言谈之中看出，你是一位诚实君子。不必其他厂商作保了，现在我们就签约吧。”

虽然这是个好机会，但李嘉诚感动之余还是说：“先生，蒙你如此信任，我不胜荣幸。但我还是不能和你签约，因为我资金真的有限。”外商听了，极佩服他的为人，不但与之签约，还预付了货款。这笔生意使李嘉诚赚了一笔可观的钱，也为以后的发展奠定了基础。由此，李嘉诚也悟出了“坦诚第一，以诚待人”的原则，并获得了巨大成功。

李嘉诚不管是做人还是做生意的原则都是——“坦诚第一，以诚待人”，因此他获得了巨大的成功。“季布无二诺，侯赢重一言”，先贤的高风亮节为我们树立了榜样。作为保险代理人，如果没有诚信，又怎能让客户把一生的保障放心地交给你呢？

所以，当你为客户介绍保险的时候，要诚实地把所推荐险种的优缺点都说出来，一些注意和免责事项要特别提出来，以免产生不必要的纠纷。而且，医

疗的免赔范围一定要说清楚，因为事后如果哪项无法赔付，很容易让客户对你产生不满。分红具有不确定性，经常有人说自己的分红有多好多好，可是你是否告诉客户分红也可能为零呢？万能险的投资收益，你是否说明是在扣除所有费用后才进入投资的呢？

其实，每个保险公司的险种都差不多，谁也不会比谁差到哪儿去。只有让客户了解险种的优缺点，客户才会根据自己的情况进行选择。请放心，只要你够坦诚，客户就会因为信任你这个人而投保。

乐观——激发你的成功希望

一家旅行社带着一批游客，分成两车，分别由两个导游带着前往名胜古迹“仙境地”游玩。由于两天前下了一场大雨，原本平坦的道路被冲得坑坑洼洼，车子摇摇晃晃的，游客不断抱怨着。

第一辆车上的导游也跟着游客嚷了起来，游客们更是怨声载道，气氛紧张、空气中弥漫着火药味。而另一辆车的导游却告诉游客这是“仙境地”最具有特色的景观之一，来“仙境地”就一定得光顾这条“花式路”，目的就是能让大家以这样的方式进入“仙境地”。听了这样的解释，这辆车上的游客们的心情也平复了许多，品味着这种独特的待遇……

不同心态的人对同件事会产生不同的感觉。解决事情也一样，即使事情糟糕了，乐观的人也能迅速作出反应，找出解决的办法，确定新的方案。

美国宾夕法尼亚大学心理学教授马丁·沙里曼在研究乐观心态激励人心的重要性时发现，对保险公司来说，一些乐观测试成绩高的业务员比悲观型的业务员第一年业绩超出 21%，第二年超出 57%。在一次次被拒绝后，悲观的人可能在心里告诉自己“这一行我干不了，一张保单也卖不出去”，而乐观的人则会告诫自己“可能我的方法不对”或者“不过是碰到了一个情绪不佳的客户”。于是，悲观的人整天沮丧，一事无成；乐观的人更加努力，最终客户不断。

感恩——善待客户是成功的保证

美国前总统罗斯福家曾经被盗，丢了许多东西。一位朋友闻讯，忙写信安慰他，劝他不必太在意。

罗斯福给朋友写了一封回信：“亲爱的朋友，谢谢你来信安慰我，我现在很平安。感谢上帝，因为第一，贼偷去的是我的东西，而没有伤害我的生命；第二，贼只偷去我部分东西，而不是全部；第三，最值得庆幸的是，做贼的是他，而不是我。”

你是恨你所供职的企业，认为它剥削了你的劳动成果；还是感激它，给你创造了一个可以发展的平台？

你是讨厌你的同事，认为他们抢走了原本属于你的机会；还是感激他们，因为他们帮助你成长，给予了你这个充满朝气的团队？

你是厌烦你的客户，认为他们思想古板，明知保险能带来保障却还犹豫；还是感激他们，因为他们给予你成就事业的可能？

.....

西方有一条格言是：你怀着爱心吃菜，胜过怀着仇恨吃肉。意思是说：如果你心怀痛恨、心怀厌恶，那么，你就永远也不会成功。因为你的痛恨和厌恶会影响你的情绪，会在你的工作与生活中表现出来，从而影响你的工作和生活质量。

在水中放进一块小小的明矾，就能沉淀所有的渣滓；如果在我们的心中培植感恩，那么则可以沉淀许多的浮躁与不安，消融许多的不满与不幸。

爱心——施比受更有福

三个白须老人一起坐在一个妇人院前歇脚。妇人邀请他们进屋，他们笑呵呵地谢过，身子却没动。妇人惑然。

三个老人说：“我们不能同时进屋呀！不过，你可以去和你的家人商量，看你们最需要我们中的哪一个。”

见到妇人更疑惑了，三个老人解释说：“我们三个人，一个叫‘财富’，一个叫‘成功’，一个叫‘爱’。”

妇人便进屋把老人的话说了。丈夫惊喜道：“既然如此，我们就邀请财富老人吧，请他进来，让我们的屋里装满财富！”

妇人不同意：“亲爱的，我们为什么不邀请成功老人呢？做一切事情都能成功，那感觉会有多好！”

这时候，儿媳插嘴进来，说：“我们还是邀请‘爱’吧，让我们的家时时处处都充满爱。”

“那我们就听儿媳的吧！”这对夫妇朝儿媳点点头。

于是妇人出门，邀请爱的老人进屋做客。谁知爱的老人起身，成功老人和财富老人也都跟在后面。妇人感到惊讶：“你们不是说不能同时进屋吗？”

三个老人笑着对妇人说：“哪里有爱，哪里就有财富和成功啊！”

人类最伟大而光辉一面就是“爱”。在推销过程中，如果你还没有掌握“爱”的力量，那么你就永远只能是商场上的无名小卒。因为你的理论，会有人反对；你的言谈，会有人怀疑；你的穿着，也许有人并不赞成；你的长相，也许并不讨人喜欢；甚至你为他们精心制作的建议书，也可能让他们将信将疑。

保险本身就是一份宣传“爱”的事业，如果你心中没有“爱”，那么你就永远不可能在保险界拥有一席之地。

学习——学习力是前进的动力

有一个博士分到一家研究所工作，他成为整个研究所里学历最高的一个。有一天他到单位后面的小池塘去钓鱼，正好正、副两位所长在他的一左一右，也在钓鱼。他只是微微点了点头，心想：“跟这两个大学毕业生，有啥好聊的？”

不一会儿，正所长放下钓竿，伸伸懒腰，蹭蹭蹭地从水面上健步如飞地走到对面上厕所。博士惊讶得张大了嘴。水上漂？不会吧？这可是一个池塘啊！正所长上完厕所回来的时候，同样也是蹭蹭蹭地从水上走了回来。怎么回事？博士生又不好意思去问，自己是博士生啊！

过了一阵，副所长也站起来，走几步，蹭蹭蹭地“漂”过水面去上厕所。这下子博士更是诧异了：不会吧，难道我到了一个江湖高手云集的地方？

不一会儿，博士生也内急了。这个池塘两边有围墙，要到对面厕所非得绕10分钟的路，而回单位上又太远，怎么办？碍于面子，博士生还是不愿意去问两位所长，憋了半天后，也起身往水中跨，心想：“我就不信大学毕业生能过的水面，我博士生就不能过。”结果，只听“咚”的一声，博士生栽到了水里。

两位所长将他拉了出来，问他为什么要下水，他说：“为什么你们可以走过去呢？”两位所长相视一笑：“这池塘里有两排木桩子，由于这两天下雨涨水正好没在水面下。我们都知道这木桩的位置，所以可以踩着桩子过去。你怎么就不问一声呢？”

作为保险代理人，你要学习的地方很多，如营销知识、保险知识、金融知识、公司的行政制度、人际的沟通法则与技巧等等。这些知识涉及心理学、营销学、公共关系学等多个领域。因此，你必须具备良好的学习力，你可以向那

些成功的保险代理人学习，尊重有经验的人才能少走弯路；你也可以从书本中学习，甚至可以向陌生人或你的亲戚朋友学习。而且，你不仅要学习知识，还要在学习中不断总结，并把它运用到实践中去，“纸上谈兵”是行不通的。

一个好的团队，也应该是学习型的团队。总之，只有具备学习进取的心态才会不满现状，不停地去探索和追求，不断地超越自我，才能在激烈的人才竞争中免遭淘汰！

创造——培养你的应变思维

从前有个秀才去京城赶考，在路上走失了自己的马。于是，他开始四处找马。

第一天，他没有找到马的一丝踪影。

第二天，他远远地看见前方好像有一匹马，走近一看，却是一头驴，他失望地摇摇头，继续往前走。

第三天，他又看见前面有匹马，心中暗喜：这应该就是我的那匹马了吧，但走近一看，还是一头驴，他又失望地走了。

接下来的好几天，他每天都能看到一头驴，就是看不到马。但他还是一如既往地没有理睬那些驴，只是一直在寻找他自己的马。

考试的日子一天天地临近，而这位秀才最终累死在找马的途中。

寻找客户是每个营销员每天都要做的首要工作。然而，在每天做这项工作时，我们还应该多问问自己：我们到底需要什么样的客户？如何才能找到这些客户？

世界千变万化，一个没有应变思维的业务员是很难找到适合自己的客户的。很多保险业务员只会按着一个固定的模式、以固定的思维去寻找客户，结果只能是故步自封。比如，今天计划好要去拜访一个当老师的客户，刚好碰到这个老师不在，他扭头就走了，丝毫不理会周围其他老师对保险的需求与渴

望。而有些业务员则反应灵敏，不会错过任何机会，可以把陌生人变成熟人，把熟人变成朋友，把朋友变成客户。

耐心——不要让成功亏一篑

一个著名的推销大师，在职业生涯中取得了光辉的成就。由于年龄大了，大师即将告别销售岗位，应广大晚辈的盛情邀请，他举行了一次告别演讲。这天，全场座无虚席，人们都在热切地、焦急地等待着。大幕徐徐拉开，舞台的正中央吊着一个巨大的铁球，台上搭起高大的铁架。这时，推销大师在大家雷鸣般的掌声中走了出来，站在铁架的一边。他穿着一套红色的运动服，脚下是一双白色运动鞋。人们惊讶地望着大师，不知道他下一步要干什么。两位工作人员抬上了一个大铁锤，放在他的面前。

主持人邀请了两位身强力壮的观众上台。推销大师请他们用大铁锤奋力向那吊着的铁球砸去，一声震耳的响声后，铁球动也没动。他们用大铁锤接二连三地向铁球砸去，还是未能使铁球动起来。很快，他们就气喘吁吁，不得不停了下来。

这时，推销大师从上衣口袋里掏出一个普通的小铁锤，然后自己开始认真地面对着巨大的铁球敲打。他用小锤对着铁球“咚”地敲一下，然后停顿一下，就这样持续地做。10分钟过去了，20分钟过去了，30分钟过去了，会场已经开始骚动了，人们用各种声音和动作发泄着自己的不满。而老人仍然一小锤一小锤不停地敲着，仿佛根本没有看见人们的反应。这时，许多人愤然离去，全场到处是空的座位。

60分钟后，坐在前排的人突然叫了起来：“球动了！”顿时，会场又变得静寂无声，人们聚精会神地看着那个铁球。那个球以很小的幅度摆了起来，不仔细还看不出来。大师还在一小锤一小锤地敲着，人们默默地听着那小锤敲打铁球的声响。铁球在大师一锤一锤的敲打中越荡越高，它拉动着那个铁架子“哐哐”作响，它的巨大威力强烈地震撼着在场的每个人。

年轻人用大锤也没有打动的铁球，在大师小锤的敲打中却剧烈地摆荡了起来。此刻，会场爆发出热烈的掌声。

大师开口了，他只说了一句话：“在成功的道路上，如果您没有耐心去等待成功的到来，那么，您只好用一生的耐心去面对失败。”

是的，成功需要一定的耐心。缺乏耐心，就只能让近在咫尺的成功一再错过，只能让你不断处于“功亏一篑”的懊悔之中。

销售是一项活动，更是一场战役，不要奢望用一两场小小的战斗就取得胜利。找到准客户了，你还需要约访；约访成功了，你还需要让他们接受你；接近客户了，你还需要准确探询出他们的需求；探询出需求了，你还需要为他们制订好保险计划；做出计划了，你还需要及时处理他们的异议；没有异议了，你还需要引导他们成交；成交了，你还需要为他们提供完善的售后服务……

只有整个战役的成功，才是真正的成功。如果你在简单的销售面谈之后，却未能给客户一份完善的建议书，那么，你所谓的成功的销售面谈只能算作是一个毫无意义的闲聊；如果你在打了一两场小小的胜仗之后，或者在输了一两场小小的战斗之后，就放弃了，那么，等待你的将是毫无疑问的失败。

行动——没有执行就没有结果

一家公司举办了一场营销人员的培训会议。公司里的很多营销人员都来参加了，他们学习了很多专业知识和技巧。

快要结束的时候，公司的营销总监前来做总结。他没有多讲什么，只是让大家都动一下，站起来，看看有什么发现。

大家都很纳闷，但还是陆陆续续地站了起来，莫名其妙地东张西望。不一会儿，有人就大声地说在桌子下面发现一元钱。然后，就不断地有人说在椅子上、桌子里、地板上发现了钱，最多的有一百元，最少的也有