

寿险达人

正能量养成

杨敏 马玮 ◎ 主编

DAREN



激发自身**正能量**成为**寿险达人**的完美指南

理论科学 案例丰富 方法实用 测评精准

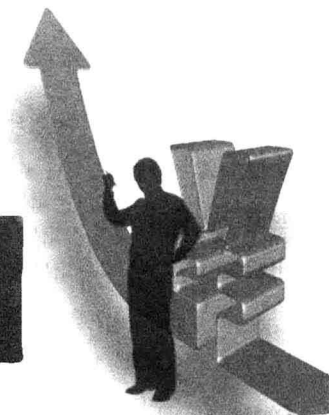
商务印书馆国际有限公司

寿险达人

正能量养成

杨 敏 马 玮◎主编

DAREN



商务印书馆国际有限公司

图书在版编目(CIP)数据

寿险达人正能量养成 / 杨敏, 马玮主编. —北京: 商务印书馆国际有限公司, 2014. 1

(商务达人正能量养成丛书)

ISBN 978 - 7 - 5176 - 0037 - 4

I. ①寿… II. ①杨… ②马… III. ①人寿保险—市场营销学—通俗读物 IV. ①F840.62 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 258030 号

寿险达人正能量养成

主 编 杨 敏 马 玮

责任编辑 金春梅

封面设计 田 凯

出版发行 商务印书馆国际有限公司

(地址 北京市东城区史家胡同甲 24 号 邮编 100010)

(编辑部电话 010 - 65122489 总编室电话 010 - 65592876 市场营销部电话 010 - 65598498)

经 销 全国新华书店

印 刷 北京鑫欣印刷厂

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 17

字 数 200 千字

版 次 2014 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5176 - 0037 - 4

定 价 29.80 元

版权所有·侵权必究

如有印刷质量问题, 请与我公司联系调换。

寿险达人 正能量养成

1. 让乐观在你的体内动起来 / 2
2. 熟知完美的寿险理念 / 6
3. 明确清晰的目标是行动的开始 / 9
4. 备好家当——你的工具袋, 出发 / 12
5. 必要的摸底 / 15
6. 带着谦怀上路 / 20
7. 把优先服务意识放到前面 / 23

1. 服饰得失 / 28
2. 仪容整洁 / 31
3. 肢体语言 / 33
4. 微笑的功用 / 36
5. 正确握手 / 40
6. “完美的第一印象” / 43

目录

Contents



第一章

寿险达人正
能量准备篇

第二章

寿险达人正
能量形象篇



第三章

寿险达人正 能量情绪篇

1. 滚远,令人讨厌的恐惧 / 48
2. 深呼吸,呼吸有助摆脱紧张 / 51
3. 别让愤怒的情绪毁了你 / 55
4. 到阳光下,别走进抑郁的阴影 / 58
5. 学着把狂躁冻结起来 / 61

第四章

寿险达人正 能量法则篇

1. 用热情的力量感染你的客户 / 66
2. 多走一些路 / 69
3. 多一份专注 / 71
4. 弱小的人也会因为自信而强大 / 74
5. 不惧怕失败,请直面它 / 77
6. 自己管得了自己方能成功 / 81
7. 挖掘自我心理暗示的力量 / 85
8. 对于时间,你要精打细算,犹如理财 / 88
9. 同化,卓有成效的沟通法则 / 94
10. 别把你的想法强加于人 / 98
11. 学会倾听 / 100
12. 让客户说“是”的艺术 / 104
13. 借用名片的力量 / 107
14. 健康的体魄是一切成功的保证 / 111



第五章

寿险达人正 能量秘诀篇

1. 陌生拜访法 / 116
2. 寻缘找故法 / 118
3. 客户转介绍法 / 121
4. 书信往来法 / 125
5. 业务咨询法 / 127
6. 社交寻找法 / 129
7. 名流相携法 / 133
8. 见缝插针法 / 136

第六章

寿险达人正 能量面谈篇

1. 漂亮的自我营销 / 140
2. 面谈时别忘了使用“抛绳术” / 142
3. 学用催眠话术达到完美沟通 / 144
4. 正面宣导,解开包袱 / 148
5. 强调话术,目的在于引起重视 / 151
6. 曲径通幽迂回术 / 153
7. 聪明的挑衅 / 156
8. 让你的话语动起来 / 160
9. 轮盘话术 / 162
10. 潜移默化化学步术 / 165

第七章

寿险达人正能 量巧答借口篇

1. 巧答误解型 / 170
2. 巧答传统型 / 173
3. 巧答托辞型 / 176
4. 巧答拮据型 / 178
5. 巧答厌恶型 / 181
6. 巧答疑虑型 / 184



第八章

寿险达人正能量成交技巧篇

7. 巧答精明型 / 187

8. 巧答从众型 / 190

9. 巧答自傲型 / 193

1. 用动听的话语进行电话约谈 / 198

2. 用亲情连接的缘故拜访 / 203

3. 带着万分诚意登门拜访 / 206

4. 选对时间去拜访 / 211

5. 赢得客户信任是成交的前提 / 214

6. 引起客户兴趣是成交的催化剂 / 218

7. 自如发问,在问答中成交 / 222

8. 制胜谈判——把握客户 / 225

9. 察言观色,判断客户的真实心态 / 230

10. 制订稳妥的工作计划促成签约 / 233

11. 趁热打铁,用复访促成成交 / 237

12. 善于总结,在总结中发现问题 / 241

13. 把握机会,一锤定音 / 244

14. 运用敦促式话语达成成交 / 248

15. 运用确信的资料成交 / 251

16. 尝试“心像”成交法 / 254

17. 不拘泥成法,灵活成交 / 257

18. 正确地递送保单 / 261

19. 如何顺利收取续保费 / 264

第一章

寿险达人 正能量准备篇

寿险高手克里曼特·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才能有事后出色的演出，使准客户建立起对你的信心。”充分的准备是做任何工作的前提。兵书云：不打无准备之仗。有备而来，方能有取胜之希望。



1. 让乐观在你的体内动起来

乐观的心态可以传染,用你的乐观感染你的客户。

朋友,当你偶尔对人生失望,对自己过分关心的时候,你肯定也有过沮丧,有过怨天怨地。但是,你想想你所拥有的,你的健康,你的容貌,你的亲人,你的朋友,你就会觉得你并非一无所有,你应该高兴,应该乐观地面对暂时的困难或失意,你要高高兴兴地活下去,并且把乐观的心态扩散到你所接触的社会和人群,使乐观所具备的正能量无限传递。

我们必须面对这样一个奇怪的事实:

在这个世界上,成功卓越者少,失败平庸者多。成功卓越者活得充实、自在、潇洒;失败平庸者过得空虚、艰难、猥琐。

为什么会这样?

仔细观察,比较一下成功者与失败者的心态,尤其是关键时候的心态,我们就会发现“心态”导致人与人产生惊人的不同。



“成功人士的首要标志,在于他的心态。一个人如果心态积极,乐观地面对人生,乐观地接受挑战 and 应付麻烦事,那他就成功了一半。”因此,成功学的始祖拿破仑·希尔说:“一个人能否成功,关键在于他的心态。”成功人士与失败人士的差别在于成功人士有积极的心态,而失败人士则运用消极的心态去面对人生。

保持乐观和积极心态是所有优秀寿险推销员所具有的一种共通的品质。因为在寿险推销这一行里,如果没有积极的心态,不要说成为顶尖人物,即使立足也是十分困难的。

■ 正能量故事

拿破仑·希尔曾讲过这样一个故事:

有个叫塞尔玛的年轻女子陪伴丈夫驻扎在一个沙漠的陆军基地里。她丈夫奉命到沙漠里去演习,她一个人留在陆军的小铁皮房子里。天气非常闷热。没有人能与她谈心,只有墨西哥人和印第安人,而他们不会说英语。她非常难过,于是就写信给父母,说要丢开一切回家去。她父亲的回信只有两行字:

“两个人从牢中的铁窗望出去,一个看到泥土,一个却看到了星星。”

塞尔玛看了一遍又一遍,终于悟出了其中的道理:动用她的积极心态。

她开始和当地人交朋友,他们的反应使她非常惊奇。她对他们的纺织、陶器表示出兴趣,他们就把最喜欢但舍不得卖给观光客人的纺织品和陶器送给了她。塞尔玛研究那些引人入胜的仙人掌和各种沙漠植物,又学习有关土拨鼠的知识。她观看沙漠落日,还寻找海螺壳——这些海螺壳是几百万年前沙漠还是海洋时沉积下来的……原来难以忍受的环境变成了令人兴奋、流连忘返的奇景。

积极的心态使塞尔玛活出了生命的价值与意义。

你的心理就是你无形的法宝。它的一面装饰着“积极的心态”五个字,



另一面装饰着“消极的心态”五个字。积极的心态具有吸引真善美的力量，消极的心态则排斥它们，正是消极的心态剥夺了一切使你的生活有价值的东西。

■ 正能量方法养成

1. 心怀必胜、积极的信念。

“心怀必胜、积极的信念”对每一个寿险推销人来说，都是至关重要的。

这是一条放之四海而皆准的真理。

卡耐基曾说过，一个对自己的内心有完全支配能力的人，对他自己有权获得的任何其他东西也会有支配能力。

训练方式

每日清晨，大声诵读如下激励语：

我是最棒的，我是最优秀的寿险推销员。

新的一天的到来，就是一个新生的开始。

碰壁越多，离成功越近。

寿险如同空气和水，是生活必需的。

寿险推销是助人助己、利人利己的神圣工作。

寿险是爱人，推销是助人。

莫为失败找借口，只为成功找理由。

如果你想成为一位寿险推销冠军，你就能成功；如果你没有这个目标，你就永远是你。

计划你的工作，然后按计划去行动。

未曾失败的人，恐怕也未曾成功过。

“不可能”这几个字，只在愚人的字典中找到。

在真实的生命里，每桩事业都由信心开始，并由信心跨出第一步。

一个人除非自己有信心，否则不能带给别人信心；已经信服的人，方能

使人信服。

那些尝试去做某事却失败的人,比那些什么也不尝试去做却“成功”的人要强得多。

2. 拥有乐观的精神。

乐观的精神是积极心态最主要的表现形式。乐观的精神其实就是积极的思想态度。

“生活是思想造成的。”哲学家马尔卡斯·阿理流士的这句名言,道出了乐观精神对于生活的实质功用。

拥有乐观思想的人,他的生活就是快乐的;拥有悲观思想的人,他的生活就是压抑的。

那么,如何才能拥有乐观精神?

①大声诵读卡耐基的《只为今天》。

只为今天,我要很快乐。快乐来自内心,而不是存在于外。

只为今天,我要让自己适应一切,而不去试着调整一切来适应我的欲望。我要以这种态度来接受我的家庭、我的客户。

只为今天,我要爱护我的身体。我要参加有益的活动,善于照顾自己,善于珍惜自己,使身体成为推销成功的保证。

只为今天,我要做个讨人喜欢的人,外表要尽量修饰,衣着要尽量得体,说话低声,行动优雅;对任何事不挑毛病,不干涉或教训别人。

只为今天,我要试着考虑怎么有益地度过今天,而不要试图把一生的问题一次解决。

只为今天,我要为自己留下安静的半个小时,轻松一番。在这半个小时内,我要想到使我的生命更辉煌更有希望。

只为今天,我要抛弃恐惧感。尤其是不要怕快乐,要去欣赏一切。

②改变你的习惯用语和想法。

不要说“我累坏了”,而要说“忙了一天,现在心情真轻松”;

不要说“活着真没劲”,而要说“生活是因奋斗的艰难而可贵”;

不要说“我不行，我甘于清贫”，而要说“我能行，我要追求更多的理想”；
不要说“放弃！我不是干事的人”，而要说“坚持！成功是由无数次失败而换取的”；

不要唉声叹气，不要长吁短叹。要用积极的语言去表达你的苦闷、失意及失败。

不要去想如何报复你的仇人，如果那样，你就会深深地伤了自己。

不要浪费一分钟的时间去想那些我们不喜欢的人和事。

合理化建议：

——对特别训练的每一条格言或内容，要用心去读，仔细咀嚼，领会精神。

——持之以恒。反复阅读，并付诸实践，你会惊奇地发现，竟有意想不到的神奇效果。

2. 熟知完美的寿险理念

一切伟大的行动，都始于一个健全的理念。

寿险推销极富创造性，是一门深奥的学问，它是综合了市场学、心理学、口才学、表演学等知识的一种艺术工作。

使用双手的是劳工，使用双手与头脑的是舵手，使用双手、头脑与心灵的是艺术家，使用双手、头脑、心灵再加上双腿的才是寿险推销员。

拥有健全的寿险理念是迈开寿险推销的第一步。

没有正确的寿险推销理念，推销员是很难取得推销成功的。

正确的寿险理念是你启航推销之行的灯塔。

正确的寿险理念是你战胜中途可能出现的挫折与失败的有力法宝。

正确的寿险理念是每一个寿险推销员应具备的起码知识点。



■ 正能量故事

一个牧师在一个星期六的早晨,打算在很困难的条件下,准备他的讲道内容。他的太太出去买东西了,外面下着雨,小儿子又烦躁不安,无事可做。他随手拿起一本旧杂志,顺手一翻,看到一张色彩鲜艳的巨幅图画,那是一张世界地图。于是他把这一页撕下来,把它撕成小片,丢到客厅地板上对儿子说:

“强尼,你把它拼起来,我就给你两毛五分钱。”

牧师心想儿子至少会忙上半天,谁知不到两分钟就响起敲门声,他儿子已经拼好了。牧师惊讶万分。

“儿子啊,怎么这么快就拼好啦?”牧师问。

“很简单呀!这张地图的背面有一个人和图画。我先把一张纸放在下面,把人和图画放在上面拼起来,再放一张在拼好的图上面,然后翻过来就好了。我想,假使人拼得对,地图也该拼得对才是。”

牧师忍不住笑起来,赏给儿子一个两毛五分钱的镍币,说:“聪明的儿子,你告诉了我明天讲道的内容。假设一个人是正确的,那么他的世界也会是正确的。”

这个故事寓意深远。

如果你想改变你的世界,首先就应改变你自己。如果你是正确的(正确的人生理念),你的世界也会是正确的。

■ 正能量方法养成

1. 拥有正确的寿险推销理念,你的推销世界就充满成功的喜悦与鼓舞。

在你迈入寿险营销的大门前,你应当熟知这些理念:



①寿险是一种无形的商品。

寿险本身是一种承诺,是一种合同,是一种保障或服务,因此它是无形的。

②寿险是人人都需要的商品。

寿险保障人们无论何时何地,因意外、疾病或不幸身故而丧失工作能力、失去收入的时候,根据保险合同可获得一定的保险金,使生活得以继续维持,不至于陷入困境。

③寿险是一种家庭保障。

购买人身保险是获得家庭保障的最有效方式。这一新型观念,已愈来愈深入人心。

④寿险是一种储蓄之道。

寿险的宗旨是“今天做明天的准备,现在做将来的准备”。它是一种半强制性的长期储蓄方式。

⑤寿险是现代生活之道。

“保险的意义,只是今日做明日的准备,生时做死时的准备,父母做儿女的准备,儿女幼小时做儿女长大时的准备。如此而已。今天预备明天,这是真稳健;生时预备死时,这是真旷达;父母预备儿女,这是真慈爱。能做到这三步的人,才能算做现代人。”

你迈入现代人之列了吗?把这段话告诉你的准客户。

2. 认识寿险推销。

美国寿险推销大王坎多尔弗说:“美国有四十多万人寿保险代理人,其保险项目与我的基本相同,然而,我不与他们竞争。你知道我为什么不与他们竞争吗?因为他们兜售的是繁杂且陈旧的保险单,而我向人们推销思路、概念和解决问题的方式。从我首次与顾客接触至签订合同,我始终在推销思路。”

是的,寿险推销确实是一种新思路、新观念的推销。基于此,每一个寿险推销员都应具备如下理念:

①寿险推销是一份事业,而不是一份职业。

- ②人寿保险——人人为我,我为人人。
 - ③寿险推销是助人助己、利人利己的神圣工作。
 - ④寿险推销是替客户寻找购买保险的理由。
 - ⑤做人成功,寿险推销才能成功。
 - ⑥用爱推销,阻力全无。
 - ⑦一流的推销员是创造需求,二流的推销员是满足需求,三流的推销员是订单收款。
 - ⑧你不是推销保险,而是帮助客户购买保险。
 - ⑨你不是推销保单,而是推销人生。
 - ⑩寿险推销是一项长期的事业,应秉承长期经营的原则,切不可急功近利。
 - ⑪遭人拒绝是寿险推销的真正开始。
- 用知识和技术来推销才能永远得到尊敬并受到欢迎。
- 用优质的服务代替生硬的推销,一个客户就会形成一个市场。

3. 明确清晰的目标是行动的开始

有了目标,内心的力量才会找到方向。

目标是奠定成就的决心,是为之奋斗的恒定动力。蒙田说:“灵魂如果没有确定的目标,就会丧失自己。因为,俗语说得好,无所不在等于无所在。”没有目标,不可能发生任何事情,也不可能采取任何步骤。如果个人没有目标,就只能在人生的旅途上徘徊,永远到不了任何地方。

哈佛大学有一个非常著名的关于目标对人生影响的跟踪调查。

对象是一群智力、学历、环境等条件都差不多的年轻人,调查结果发现:



27%的人,没有目标;60%的人,目标模糊;10%的人,有清晰但比较短期的目标;3%的人,有清晰且长期的目标。

25年的跟踪研究结果显示他们的生活状况及分布现象十分有意思。

那些占3%的人,25年来几乎都不曾更改过自己的人生目标。25年来他们都朝着同一个方向不懈地努力,25年后,他们几乎都成为社会各界的顶尖成功人士,他们中不乏行业精英和社会精英。

那些占10%的有清晰短期目标的人,大都生活在社会的中上层。他们的共同特点是,那些短期目标不断被达成,生活状态稳步上升,成为各行各业不可或缺的专业人士,如医生、律师、工程师、高级主管等等。

那些占60%的目标模糊的人,几乎都生活在社会的中下层面,他们能安稳地生活与工作,但都没有什么特别的成绩。

剩下27%的是那些25年来都没有目标的人群,他们几乎都生活在社会的最底层。他们的生活都过得很不如意,常常失业,靠社会救济,并且常常都在抱怨他人,抱怨社会,抱怨世界。

调查者因此得出结论:目标对人生有巨大的导向性作用。

你选择什么样的目标,就会有怎样的成就,有怎样的人生。

你能改变你的世界!为了得到人生中值得得到的东西,你有必要为你自己树立一些明确的目标,并且要想方设法达到这些目标。有目标才会成功。

■ 正能量故事

1952年7月4日清晨,加利福尼亚海岸笼罩在浓雾中。在海岸以西25英里的卡塔林纳岛上,一个叫弗伦丝的34岁的女人决定由此向加州海岸游过去。

那天早晨,海水刺骨,雾很大。她看不清护送她的船只。时间一个小时一个小时地过去,千千万万的人在电视上看着她。有几次,鲨鱼靠近了她,被人开枪吓跑。在以往这类渡海游泳中她遇到的最大问题不是疲劳,而是刺