

职团开拓实务指导绝佳书籍——讲道理少，讲例子多



保险行销进阶系列六

台湾保险  
畅销书

# 职团开拓新策略

编著：余秋菊

- 政府机关市场的开发
- 如何销售给新进职员
- 如何在业绩不佳的职团重张旗鼓
- 百变推销法
- 崭新的对话型销售
- 职团深耕之道

暨南大学出版社

保险行销进阶系列六

---

# 职团开拓新策略

---

余秋菊/编著

暨南大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

职团开拓新策略 / 余秋菊编著. —广州: 暨南大学出版社,  
2002.1

(保险行销进阶系列六)

ISBN7-81029-986-7

I. 职… II. 余… III. 保险—销售—基本知识

IV. F840.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 038318 号

出版发行: 暨南大学出版社

地址: 中国广州暨南大学

电话: 编辑部(8620)85225262 85220289 85225277

发行部(8620)85223774 85225284 85220602(邮购)

传真: (8620)85221583(办公室) 85223774(发行部)

邮编: 510630

网址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排版: 深圳市鹰达印刷包装有限公司

印刷: 深圳市鹰达印刷包装有限公司

开本: 850 × 1168 1/32

印张: 5

字数: 70 千

版次: 2002 年 1 月第 1 版

印次: 2002 年 1 月第 1 次

印数: 1 — 5000 册

一套八册总定价: 160.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社发行部联系调换)

本系列图书由台湾印象图书有限公司

授权暨南大学出版社独家在大陆出版发行

版权所有 翻印必究

## ■ 职团是质量均丰的目标市场

### 台湾保险业将迈入职团行销

---

“道路经常拥挤不堪，东奔西跑浪费掉多少宝贵的时间呀！”

“如果可以在同一时间、同一地点拜访许多准客户，就好像把准客户集合起来，那该多好……”

这是保险业务员的期盼。职团开拓符合这种期盼。事实上，有不少保险业务员早这样做了，但都不是系统化、有计划地列为工作重点，只是随着机缘偶尔去做。

职团中的准客户都有稳定收入，具备购买力，而且购买时往往有连锁示范效果，是保险业质量均丰的目标市场，岂可忽视！

比较美、日保险业演变历史，大陆保险业迈入职团行销阶段，是必然趋势。

国内有关职团开拓技术的研究较少，书籍更是罕见。本书把日本最尖端的职团开拓技术详细介绍出来，是不可多得的保险推销书籍。

更值得一提的是，论述中设置了许多实例。

## ■与读者的约定

1. 请勿忘记你现在想看本书的心情。
2. 请虚心接受本书的内容。
3. 请每天至少实行一项本书所提的建议。
4. 请在心中默念三次：“我一定会成功。”
5. 请坚守你崇高的理想，度过愉快的人生。

如果读者能耐心看完本书，并遵守以上五项约定，我们保证，这必然能解决现在正困扰着你的问题。

本书使用了一些图表，目的就是为了让读者能通过眼睛的阅读，刺激联想，掌握全书的精髓。

出版本书的目的，是期待通过本书的介绍，让你成为一位真正的保险业务员，让每位保户都能满心期待与你见面，更期望你能以生活咨询师的身份受到大众的尊敬与信赖。

现在，我们仿佛已经看到，你以充满自信的态度活跃在工作岗位中。我们相信，你一定可以达到这种境界。



本书出版以来，为充分反映社会各种状况的变化，多次增添新资料。读者对本书如有任何意见或工作经验谈，请指教，以作为下次修订内容时的参考。

在保险营销领域中，职团指的是公私营企业、政府机关职团……凡是集合数人以上的工作场所皆是。

因为一次可拜访许多准客户，所以职团开拓深具魅力。正如书中所说：职团拜访可以“辛劳较小，面谈较多”，取得较大的工作成果，值得我们尝试。

## 目 录

## 目 录

|                        |   |
|------------------------|---|
| 职团是质量均丰的目标市场,台湾保险业将迈入职 |   |
| 团行销.....               | 1 |
| 与读者的约定.....            | 3 |

## 第 1 章

## 政府机关市场的开发

|                        |   |
|------------------------|---|
| 伴随人事调动而来的新地盘.....      | 2 |
| (1)一级单位 .....          | 3 |
| (2)分驻机构 .....          | 3 |
| (3)警政署 .....           | 4 |
| (4)警务工作者 .....         | 4 |
| (5)消防局、交通局、铁路事业单位、电信事业 |   |
| 单位 .....               | 5 |
| [事例 1]清洁工作代理人 .....    | 6 |
| 警察保险业务高手王雯敏.....       | 6 |



|                        |   |
|------------------------|---|
| [事例 2] 令人感动的工作态度 ..... | 7 |
| 清洁公司的发展 .....          | 7 |

## 第 2 章 如何销售给新进职员

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| ○ 新进人员是个庞大市场 .....            | 10 |
| 〈毕业生策略 1〉从毕业生到新进人员 .....      | 12 |
| 〈毕业生策略 2〉登门庆贺毕业、就业的准保户 .....  | 14 |
| 〈毕业生策略 3〉与新人父母面谈 .....        | 17 |
| [毕业生策略实战] 运用校友的影响力 .....      | 18 |
| 〈资料入库作战计划 1〉取得各企业的新人资料 .....  | 20 |
| 〈资料入库作战计划 2〉纪念品、问卷是作战武器 ..... | 23 |
| 〈职团作战策略 1〉新进人员名单的取得方法 .....   | 26 |
| 〈职团作战策略 2〉成功的保险说明会 .....      | 27 |
| 〈职团作战策略 3〉宿舍内招揽保险的技巧 .....    | 33 |
| 〈职团作战策略 4〉举办活动接触新进人员 .....    | 36 |
| 〈职团作战策略 5〉利用问卷展开强势推销 .....    | 37 |
| ○ 江美华的新进人员招揽策略 .....          | 39 |

## 目 录

|                           |    |
|---------------------------|----|
| ①职团对招揽工作的限制 .....         | 39 |
| ②医学院、工学院、研究所、流通业的市场潜力 ... | 41 |
| 〈结论〉职团开拓的根本方法 .....       | 43 |

### 第 3 章

#### 如何在业绩不佳的职团重整旗鼓 ——冷炉热烧

|                           |    |
|---------------------------|----|
| ○多重渠道的积极作业 .....          | 46 |
| ○快速取得保单 .....             | 47 |
| ○资料的整理工作 .....            | 48 |
| ○持续访问行动是关键 .....          | 49 |
| [事例] 不景气中, 访问活动尤为重要 ..... | 51 |
| 裁员时公司内的保险服务工作 .....       | 51 |

### 第 4 章

#### 百变推销法

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 〈行政工作者〉午休时间唱空城计的办公室 ..... | 56 |
| [事例] 上班时间的会面法 .....       | 57 |
| 〈现场作业人员〉制造共通性话题的重要性 ..... | 60 |

|                         |    |
|-------------------------|----|
| [事例] 午休时间的扑克牌大赛 .....   | 61 |
| 〈高阶主管〉出乎意料之外的低保额 .....  | 64 |
| [事例] 神秘的高阶主管 .....      | 66 |
| 〈女性上班族〉对婚姻生活的期待 .....   | 68 |
| [事例] 举办“女性与保险”座谈会 ..... | 69 |
| 〈业务员〉互通心意的彼此 .....      | 70 |
| [事例] 彼此间的评价 .....       | 71 |
| [公司企业] 销售就是收集资料 .....   | 73 |
| [餐厅] 考虑活动方式与时间 .....    | 74 |
| 〈事例 1〉大企业的餐厅 .....      | 74 |
| 〈事例 2〉中小企业的餐厅 .....     | 78 |
| [公司宿舍] 取得对方的同意 .....    | 80 |

## 第 5 章

### 崭新的对话型销售法

|                      |    |
|----------------------|----|
| (I) 对话型销售法的必要性 ..... | 82 |
| (1) 亲密关系 .....       | 82 |



## 目 录

|                      |    |
|----------------------|----|
| (2)双向沟通·····         | 84 |
| (3)业务员、客户间的共同作业····· | 84 |
| (4)咨询服务业务·····       | 85 |
| (Ⅱ)业务员的任务·····       | 87 |
| (1)资料传递者·····        | 87 |
| (2)“犹豫”情绪扫除者·····    | 87 |
| (3)执行者·····          | 88 |
| (4)说服者·····          | 88 |
| (5)宣传者·····          | 88 |
| (6)咨询者·····          | 89 |

## 第 6 章

### 职团深耕的方法

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 1. 什么叫做深耕·····        | 94  |
| 2. 收集个人资料,制造共同话题····· | 96  |
| 3. 快乐信差·····          | 99  |
| 4. 职团内的活动·····        | 102 |

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 5. 寻找职团内协力者 .....    | 106 |
| 6. 灵活运用上司的角色价值 ..... | 110 |
| 7. 售前服务到售后服务 .....   | 112 |
| [事例] 马嘉英的职团深耕法 ..... | 117 |

## 第 7 章

### 生活设计——我就是主角

|                        |     |
|------------------------|-----|
| · 生活设计 .....           | 122 |
| · 选择的年代——本质取向 .....    | 122 |
| · 人类才是主角 .....         | 123 |
| · 报告、联络、商量、喜爱、毅力 ..... | 124 |
| · 结语 .....             | 126 |



## 第 1 章

---

# 政府机关市场的开发

任何地方都有政府机关，不论经济是否景气，公务员总是能保持稳定的收入。

对保险业务员而言，政府机关是个深具魅力的市场。

## ■伴随人事调动而来的新地盘

任何地方都有政府机关。在某些地方,它甚至可能是当地最大的职业团体。

不论经济是否景气,公务员总是能保持稳定的收入。所以,对保险业务员而言,政府机关是个深具魅力的市场。

而且,政府机关业务繁多,机关单位也以伞状的方式遍布各地。如果可以掌握这个市场,所带来的相关业务也必然相当惊人。有机会,你可以翻阅电话簿,你会惊讶政府机关数量之多。

人事调动频繁,是政府机关的另一特征。一般而言,大概几年即会有一轮调。所以,如果你确实地做好售后服务工作,那么,每一次的人事调动都可以为你带来新的事业基础。

对业务员来说,每个事业单位都会张贴职员座次表,市场上也可以找到职员名册,这些都是让你能迅速进入工作状态的条件。好好地充分利用它吧!

这些机关通常都不会有时间及地点的限制,只要你和他们建立友好关系,你便可以自由进出,工作也将更加有趣。



而且,一般来说,他们的工作比较轻松,所以他们会欢迎一位谈话对象的出现。

### (1) 一级单位

原则上,各省、市、县政府机构的保险推广业务活动是于午休时间举行的。但是由于这些机关的进出较为自由,我们可将活动时间排在下午3点以后。

另外,在这些机构中,与领导建立密切关系是工作重点。

别误会了!我并不是要你对领导有任何特殊的表示,你只要照着平常的工作方式,拜访、问卷、成果报告……严谨的工作态度便是你与领导建立密切关系的第一步。

如果能与领导建立共通性的话题,双方又能维持谈话气氛,那么剩下的就是访问次数的问题了。

由于一级单位职员较多,要在短时间内牢记大家的模样是不太可能的。所以,以部为单位,一步一步地“攻城”,应该会比较有效的方法。

### (2) 分驻机构

各政府机关由于业务上的需要,经常会在各地方成立分

驻机构,这里的市场也是值得注意的。

尤其是工务处、清洁事务处等单位,与上级单位比较,这里的人数非常多,又容易亲近不受拘束。所以,你可别忽略了他们的存在。

### (3)警政署

警政署是以特别职务的方式担任公务员的工作单位。由于他们衣、食、住均是公费,所以,相对地薪资收入便较高。

此外,由于职务关系,警政署上下成员比较会购买高额保险。

但是,警政署是个门禁森严的地方,若不在事前取得通行证,是不能进出的。

大家都看好警政署的团保契约。所以,激烈的竞争是无可避免的。但是只要有诚意,肯努力,这儿仍是深具发展潜力的市场。

### (4)警务工作者

警务工作人员为数众多,是保险业务员不能忽视的市场。

