

保险销售 一本就够

基础知识 + 销售话术 + 实战技巧 + 成功案例

付刚◎编著



中国纺织出版社有限公司

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

许多保险销售人员都有这种认识：保险销售是容易造就销售奇迹的黄金领域，保险市场在中国正值高速成长时期，业务规模迅速扩大，市场化程度越来越高，保险业大有可为！

保险市场的前景和“钱”景无疑令人心动。但是随着保险理念的普及，国内外的保险公司如雨后春笋拔地而起，险种越来越丰富，保险销售人员越来越多，消费者越来越成熟，保险销售难度越来越大！

这使得保险销售人员常常感到迷茫和困惑：

为什么不管我使出浑身解数，客户都不买？

为什么我越殷勤，客户越疏远？

为什么我的工作已做得非常到位了，客户还是挑三拣四？

为什么险种的条件能达到客户要求，客户却还在犹豫不决？

为什么在即将达成交易时，客户突然变卦？

为什么其他保险销售人员的业绩总比我高？

为什么做保险销售人员这么难……

这一切只能从自己身上寻找答案！保险是特殊商品，促成保险成功销售的要素往往十分复杂，导致客户内心变化的内外条件也极多！保险销售人员的业绩不理想可能是其韧劲不够、态度不佳、形象不好、服务不周、反应速度慢、技巧运用不当、工作不细致……从而让客户产生疏离、疑虑、畏却、反感等一系列心理活动。

现在的保险销售工作已经成为了高难度、高技术、高技巧、高专业化的职

保险销售一本就够

业。作为保险销售人员，若想既满足客户的需求，又达到销售目的，就必须具备心理学家的特质、沟通高手的才智、销售大师的睿智……

彼得·伊利亚德曾说：“今天你如果不生活在未来，那么，明天你将生活在过去。”销售保险，保险销售人员如果不持续不断地提升自己的能力，那么，只能永远屈居人后，成为一个落伍或最终被淘汰出局的保险销售人员。那么，保险销售人员怎么提高自己的技能呢？答案就是要学习成功的销售经验和技巧，并认真实践之，在不断实践、总结中成长！

本书集国内外优秀保险销售人员的销售经验、技法之大成，是保险销售经验的智慧库。阅读本书，能使保险销售人员少走不必要的弯路，迅速提升技能！

本书针对保险销售人员在销售保险过程中遇到的各种情境，有针对性地介绍了各种方法和技巧，内容全面而实用，是保险销售的百宝箱，也是保险销售技能提升的金钥匙。

本书考虑到保险销售人员时间紧、销售任务繁重的特点，运用通俗易懂的文字，易学易用的表格工具，让保险销售人员能花最少的时间，掌握最多的技巧，成为优秀的保险销售人员。本书既能外修，又能内练。熟读本书，将使你从容地直面历史和现实赋予的严峻挑战，并品尝到付出艰辛努力之后所带来的成功的喜悦和快感，将使你以卓越的保险销售人员的实力去面对未来的职业生涯，打造出属于自己的一片海阔天空，不断向保险销售宗师迈进！

你想在短期内成为不折不扣的保险销售冠军吗？本书将帮助你圆梦。一本保险销售的经典之作摆在你面前，千万不要错失了良机！

编者

2020年2月

第一章 拉开帷幕

——保险销售准备阶段

- 第一节 熟悉行销的保险产品 / 2
- 第二节 明确职业道德和素质要求 / 9
- 第三节 讲究语言的艺术 / 15
- 第四节 仪表整洁大方 / 22
- 第五节 举止恰当合适 / 25
- 第六节 礼节完美周全 / 28
- 第七节 良好心态的培养 / 34
- 第八节 推销员的销售禁忌 / 38
- 第九节 确定销售目标 / 44
- 第十节 保险销售的主要环节 / 46

第二章 兵马未动，粮草先行

——拜见客户前做好准备

- 第一节 有的放矢——锁定客户是关键 / 52
- 第二节 面面俱到——客户资料要齐全 / 57
- 第三节 洋洋盈耳——电话预约见修养 / 60
- 第四节 有备而来——拜访准备要齐全 / 63
- 第五节 滴水不漏——拜访计划订周密 / 67
- 第六节 举足轻重——保险计划书的撰写 / 71

第三章 身临其境

——与客户面对面交流

- 第一节 一见如故——留下深刻的第一印象 / 78
- 第二节 林籁泉韵——营造和谐的交谈氛围 / 80
- 第三节 勇于面对——做好陌生拜访 / 84
- 第四节 至关重要——揣摩客户的投保心理 / 86
- 第五节 万无一失——确保充分的产品说明 / 94
- 第六节 沉默是金——耐心倾听值得重视 / 98
- 第七节 水乳交融——让你的客户喜欢你 / 101
- 第八节 重视策略——采用恰当的促销策略 / 104

第四章 进退自如

——面对拒绝我有办法

- 第一节 见微知著——察言观色，洞悉拒绝 / 112
- 第二节 洞见症结——查找原因，改变局面 / 116
- 第三节 见机而作——随机应变，应对异议 / 121
- 第四节 有备无患——准备周到，全力应对 / 128
- 第五节 胸有成竹——异议解决四步走 / 130
- 第六节 有备而来——应对方法我先知 / 132
- 第七节 卷土重来——再次访问，打开客户虚掩的门 / 140

第五章 马到成功

——促成客户签单

- 第一节 挈领提纲——促成的原则和要领 / 146
- 第二节 取之有道——促成的方法 / 150
- 第三节 立竿见影——采取有效促成交易的措施 / 157
- 第四节 伺机而动——把握最佳的成交时机 / 160
- 第五节 巧妙应对——把握成交的基本技巧 / 165
- 第六节 洞见底蕴——保险合同的有关问题 / 168

第六章 善始善终

——售后服务不可小觑

- 第一节 藕断丝连——和客户保持联系 / 174
- 第二节 以己度人——恰当处理客户的抱怨 / 177
- 第三节 一枝独秀——创造独特的服务，赢得客户的喜欢 / 181
- 第四节 互惠互惠——实现双赢是售后服务的本质 / 185
- 第五节 高垒深沟——加强对客户关系的管理 / 187

第七章 锐意进取

——开拓更多客户资源

- 第一节 高掌远跖——客源决定你的业绩 / 192
- 第二节 再接再厉——高额保单客户开拓 / 195

第一章

拉开帷幕

——保险销售准备阶段

第一节 熟悉行销的保险产品

保险行业的入门槛不高，虽然各保险公司对人员基础素质的要求各异，但对销售人员的学历一般不设过高的门槛。根据国家有关规定，要成为一名保险销售人员，在文化方面只需达到初中文化程度即可。但不要以为学历要求低就等于对保险人员的素质要求低。对于保险销售人员来说，要想取得良好的保险销售业绩，必须成为保险产品的专才和通才，必须熟悉相关的保险产品知识。因为在客户购买保险的过程中，客户会针对某些保险条款提出各种各样的问题。例如，客户可能会问保险销售人员：什么是保险金额？保险费是如何计算出来的？怎么才能知道买保险回报高还是存银行回报高？受益人可以任意指定吗？以后可以变更受益人吗？购买保险时需要个人提供哪些文件和证据，等等。诸如此类的问题，如果保险销售人员没有良好的专业知识作为基础，是很难对客户的疑问做出正确的解答的。

优秀的保险销售人员不仅要懂专业知识，还要精于此道。所谓“精”，就是不仅自己明白，还能用通俗易懂的语言让客户明白。大多数客户是通过保险销售人员的介绍对保险有所了解的，如果保险销售人员自己都不了解保险的专业知识，用含糊不明的语言回答客户疑问，客户就会对保险销售人员的专业性提出质疑：“这位保险销售人员连自己销售的保险产品都不了解，我怎么还能花钱购买他的产品呢？”这样的结果，直接导致保险销售人员的形象受损，甚至连带将其在职的保险公司的形象也损毁殆尽。

保险行业的专有名词很多，许多专用的名词，其含义与人们的习惯思维有差异，保险销售人员要在介绍中忽略这些名词又是不可能的，因为这些名词是了解保险产品不可或缺的常见名词。鉴于此，本章第一节将这些常见的保险专用名词做出简单介绍。

一、保险的相关概念

(一) 基本概念

保险销售人员要想学习好保险，首先必须了解保险的相关概念，下面就保险的六大基本概念做出详细定义和阐述，见表 1-1。

表1-1 保险的相关概念

概念	含义	说明
风险	风险是一种客观存在的、损失的发生具有不确定性的状态	(1) 风险是一种客观存在的状态。 (2) 风险是与损失相关的一种状态。 (3) 风险是损失的发生具有不确定性的状态
保险	保险是一种以经济保障为基础的金融制度安排	(1) 经济保障是保险的本质特征。 (2) 经济保障的基础是数理预测和合同关系。 (3) 经济保障的费用来自于投保人所缴纳的保险费所形成的保险基金。 (4) 经济保障的结果是风险的转移和损失的共同分担。 (5) 保险由经济保障的作用衍生出金融中介的功能
保险金额	保险金额是保险人计算保险费的依据，也是保险人承担赔偿责任或者给付保险金责任的最高限额	在不同的保险合同中，保险金额的确定方法有所不同。 (1) 在财产保险中，保险金额要根据保险价值来确定。 (2) 在责任保险和信用保险中，一般由保险双方当事人在签订保险合同时依据保险标的的具体情况商定一个最高赔偿限额，还有些责任保险在投保时并不确定保险金额。 (3) 在人身保险中，由于人的生命价值难以用货币来衡量，所以不能依据人的生命价值确定保险金额，而是根据被保险人的经济保障需要与投保人支付保险费的能力，由保险双方当事人协商确定保险金额
保险费	保险费是指投保人为取得保险保障，按合同约定向保险人支付的费用，投保人按约定方式缴纳保险费是保险合同生效的条件	保险费的计算公式： $\text{保险费} = \text{保险金额} \times \text{保险费率}$ 如按CIF或CIP价加成投保，则上述公式应改为： $\text{保险费} = \text{CIF (或CIP) 价} \times (1 + \text{投保加成率}) \times \text{保险费率}$

概念	含义	说明
保险费率	保险费率 (Premium Rate) 是由保险公司根据一定时期、不同种类的货物的赔付率, 按不同险别和目的地确定的	计算保险费的影响因素有保险金额、保险费率及保险期限, 以上三个因素均与保险费成正比关系, 即保险金额越大, 保险费率越高, 或保险期限越长, 则应缴纳的保险费就越多。其中任何一个因素的变化, 都会引起保险费的增减变动
保险合同	保险合同又称保险契约, 它是保险关系双方之间订立的一种在法律上具有约束力的协议	保险合同的特点, 主要体现在双务性、射幸性、补偿性、条件性和附和性上

(二) 保险涉及的各种人

保险涉及的各种人可以分为四类, 见表 1-2。

表1-2 保险涉及的各种人

涉及的人	含义	举例说明
投保人	投保人又称要保人, 是对保险标的具有保险利益, 向保险人申请订立保险合同, 并负有缴付保险费义务的人	王某出钱给儿子买了一份少儿保险, 王某即是投保人
被保险人	被保险人是指其财产、利益或生命、身体和健康等受保险合同保障的人	王某给儿子买的少儿保险, 被保险人即是王某的儿子
受益人	受益人也叫上保险金受领人, 是指在保险事故发生后直接向保险人行使赔偿请求权的人	张某给自己买了一份意外伤害险, 该险规定张某如意外死亡, 保险公司将给付一定的保险金, 张某指定将保险金给予他的哥哥, 那么, 张某的哥哥, 即是本份保险的受益人
保险人	保险人是向投保人收取保险费, 在保险事故发生时, 对被保险人承担赔偿责任损失责任的人	李某从某保险公司购买了一份保险, 该保险公司即是这份保险的保险人

二、保险遵循的原理

保险作为一种服务商品, 由保险公司“生产”出来, 经过保险销售人员销售给特定消费群体。由于保险产品自身的特殊性, 其“生产”和“销售”

必须遵循特殊的原理。一般而言，保险销售人员在销售保险产品时需遵循以下八大原则，如图 1-1 所示。



图1-1 保险应遵循的原则

（一）大数定律

大数定律是指大量的、在一定条件下重复出现的随机事件将呈现出一定的规律性和稳定性。大数定律在保险领域中的应用是：保险销售人员需尽可能多地获取统计数据，以便更准确地估计风险发生的可能性，使保险公司设计出更科学的保险产品。同时，保险销售人员还要向尽量多的人卖出赔偿或给付相接近的保险，使保险公司所承担风险的发生更接近保险公司的预计。

（二）风险可控原则

并不是所有的风险都是可控的风险，只有具有了某些特定的特征，风险才可以被保险所保。可保风险的特征一般包括以下四项，如图 1-2 所示。

（三）意义原则

可保的风险不是都有保险的意义，在可保风险中只有部分风险有保险的意义。有保险意义的风险，一般会有如下两个特征，如图 1-3 所示。

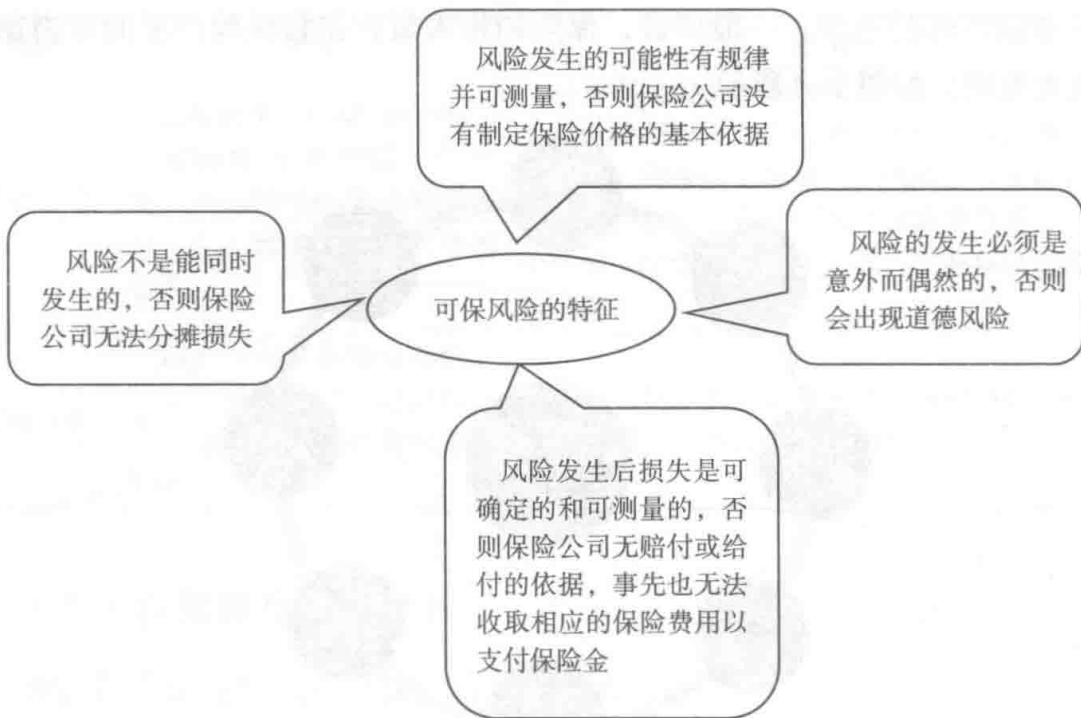


图1-2 可保风险的特征

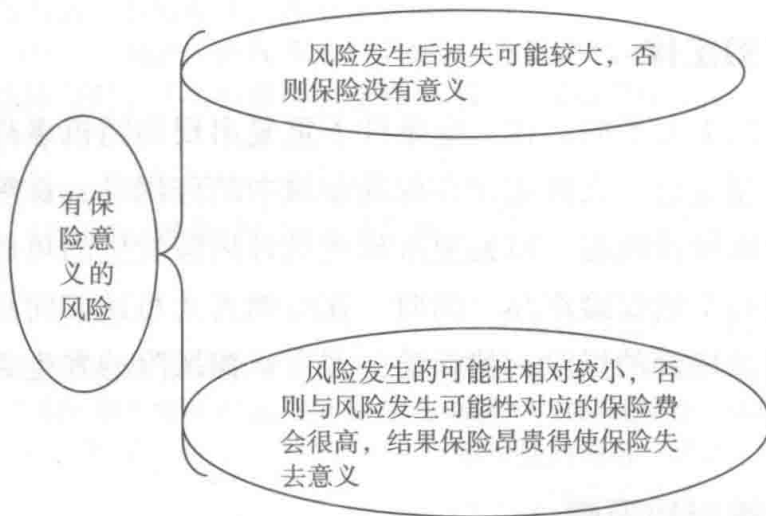


图1-3 有保险意义的风险的特征

(四) 平衡原则

平衡原则是指保险公司赔付或给付所有客户的钱加上所有保险公司运营费等项目后的钱“等于”所有客户交的钱。由于客户交钱在先, 保险公司支付保险金和各种费用在后, 而且支付保险金的数额受不同时间、不同领取人数的影响, 因此所谓的平衡, 是将不同时间的钱折算到同一时间点后构成的平衡。

（五）利益相关原则

利益相关原则是指投保人只能为同他有保险利益关系的人买保险，否则可能会发生道德风险。同投保人有保险利益关系的人通常为投保人本人、配偶、父母、子女、赡养或抚养者等人。

（六）诚实守信原则

保险销售人员在和客户订立和履行保险合同时必须遵守最大程度地诚实、守信原则。之所以保险非常强调保险销售人员要诚实、守信，是因为被保险人远离保险公司控制范围，而保险合同的专业释义又使得投保人不易理解。

（七）最大相关原则

最大相关原则是指当客户发生风险时，保险公司只能以引起风险发生的最直接、最有效、最起决定作用原因为依据，赔偿或给付保险金。

（八）弥补损失原则

弥补损失原则是指风险发生后，保险公司给付的保险金不能使被保险人从中获利，但要在保险合同规定的范围内使被保险人的损失得以弥补。

三、保险的种类

随着我国保险事业的发展，保险的种类日益增多。根据不同的标准，保险可分为若干种类。不同种类的保险具有的特征不同，法律调整的方法也不同。在实践中，常见的保险主要有以下几类，见表 1-3。

表1-3 保险的种类

划分标准	种类	具体说明
按投保主体划分	个人保险	以个人为对象的保险。一张保险单只针对一个人保险
	团体保险	以单位团体为对象的保险。虽然团体中有许多人，但保险单却只有一张。一般来说，可以将团体保险理解成批发的保险
按保险性质划分	社会保险	提供基本保障，由国家强制实施的保险
	商业保险	提供较为丰富的保障，主要是由个人和单位根据自己的需求，自由地向保险公司购买的保险

划分标准	种类	具体说明
按保险期限划分	长期保险	保险期限在一年以上的保险称为长期保险
	短期保险	一年以下(含一年期)的保险称为短期保险
按有无分红划分	分红保险	分红保险一般比无分红保险贵一些,但日后可以从保险公司领取到一些不确定的红利
	无分红保险	无分红的保险则相对便宜一些,日后没有红利可分
按保险的功能划分	保障型保险	重点提供死亡、疾病、意外伤害的保险。例如意外伤害保险、重大疾病保险等
	储蓄型保险	重点提供日后到某个时间的生存保险金的保险。例如少儿教育保险、各种两全保险等,都是典型的储蓄型保险
	投资型保险	有分红功能的保险,或是人们交的保险费被明确分开,其中部分保险费放于专门的投资账户的保险

四、保险销售人员必备的保险知识

随着社会的发展,保险行业对销售人员素质要求日益提高,不仅要求其具备基本的保险知识,还要求掌握投资理财、法律等相关知识。保险销售人员只有与时俱进,才能成为一名优秀的销售人员。保险销售人员必备的保险知识见表1-4。

表1-4 保险销售人员必备的保险知识

知识	具体解释
投资理财知识	股票、基金、外汇、期货、房地产、黄金、投资策略和投资产品的相关知识
法律知识	保险法规、税法、民法、合同法等相关方面的知识
产品知识	客户更喜欢能为其提供最大信息的保险销售人员,更愿意相信精通保险产品、表现出权威性的保险销售人员
公司知识	公司的历史、规章制度、服务项目以及公司在同行中的地位等。掌握公司知识,既能够满足客户在知情权上的相关要求,又能够配合公司的整体目标开展工作
市场知识	保险销售人员应掌握丰富的市场知识、市场营销及产品推销的策略和方法、市场调研与市场预测的方法、消费心理及购买行为的基本理论等专业知识
人际交往知识	保险销售人员的工作就是与人打交道。要想使客户接受自己推销的保险产品,必须首先使客户接受保险销售人员本身,建立个人良好的人际关系



特别提示

(1) 保险是一种以经济保障为基础的金融制度安排。经济保障是保险的本质特征。

(2) 保险销售人员应熟练掌握与保险相关的六大概念、保险合同涉及的四类人的特征等知识，并能用通俗易懂的语言回答客户提出的相关问题。

(3) 保险种类繁多，划分标准不一，保险销售人员仅掌握五类划分方法即可。

(4) 保险销售人员不仅需要具备保险行业知识，还需要具备法律常识、开拓市场等专业知识，如此才能无往而不胜。

第二节 明确职业道德和素质要求

保险销售人员的职业道德准则，是反映在中国特色社会主义制度下，保险销售人员在其职业生涯中应当遵循的思想和行为的道德标准，主要有下列四条，如图 1-4 所示。

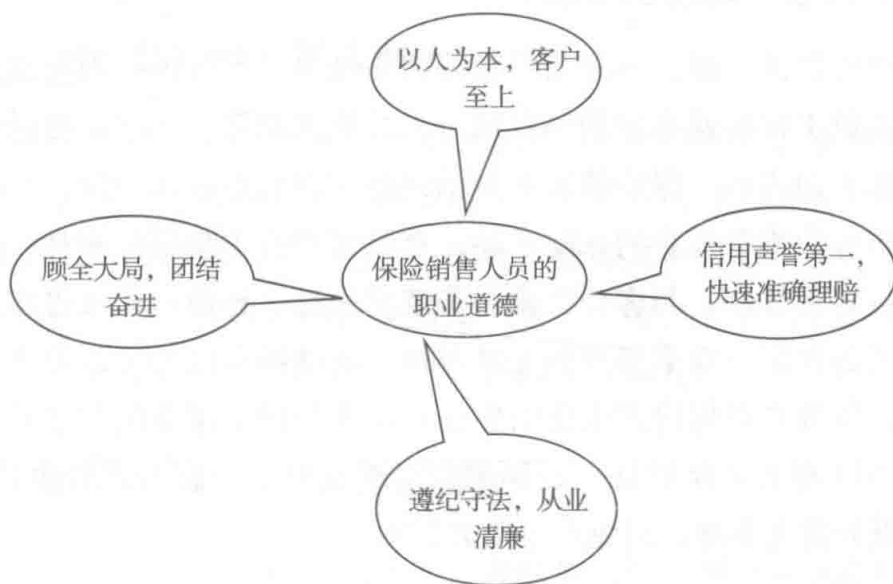


图1-4 保险销售人员的职业道德

一、以人为本，客户至上

客户或投保人是保险销售人员积累业绩的唯一源泉，也是保险业服务的基本对象。对于保险销售人员而言，以人为本即是以客户或投保人为本，做到客户或投保人至上，让客户或投保人享受到专业的讲解和优质的服务，具体要做到以下四点，如图 1-5 所示。

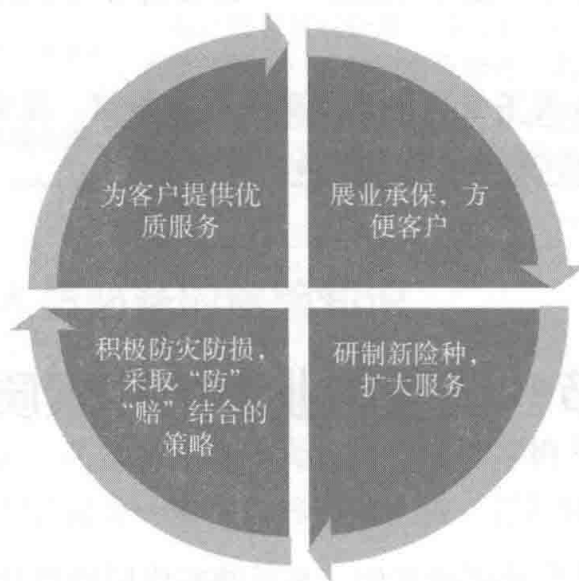


图1-5 以人为本，客户至上的要求

(一) 为客户提供优质服务

为客户提供优质服务不应当只是停留在喊口号的阶段，而应该成为一个保险销售人员工作的基本原则加以执行，并贯彻到底。为客户提供优质服务包含以下几方面内容：保险销售人员始终把客户利益放在首位，从客户的需求出发，向客户推荐适合的保险产品；尊重客户自主自愿的权利，不越位代客户做主；尊重客户，与客户交谈时态度应诚恳、热情，礼仪得体；尊重客户所在地区的民俗，尊重客户的生活习惯，不能因自己的工作而干扰客户的正常生活，使客户对保险产生负面想法；在客户缴纳保费前与之后，保险销售人员的态度都必须始终如一，不要在缴纳保费后，就对客户提出的问题、该享受的服务置之不理，以免产生恶劣影响。