

产品说明会工程

摇宇摇雷摇周全胜摇摇主编

保险四库全书项目组摇编著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

摇摇图书在版编目(CIP)数据

产品说明会工程 保险四库全书项目组编著 北京 : 中国经济出版社 2005
陈丹 陈丹 陈丹 陈丹

(中华寿险四库全书 第 雷 周全胜主编)

I ④产... II ④保... III ④人 寿保险—市场营销学 IV ④5 ④保 ④保 ④保

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 150000 号

出版发行 : 中国经济出版社(北京·北京市西城区百万庄北街 24 号)

网 址 : <http://www.cepp.com.cn>

责任编辑 : 彭彩霞(电话 : 010-63076000 转 6000 或 6001)

责任印制 : 张江虹

封面设计 : 任燕飞设计室

经 销 : 各地新华书店

承 印 : 摇摇

开 本 : 787mm×1092mm 1/16

印 张 : 15.5 印 字 数 : 350 千 字

版 次 : 2005 年 1 月 第 1 版

印 次 : 2005 年 1 月 第 1 次 印 刷

印 数 : 10 万 册

书 号 : ISBN 7-5017-0400-0 定 价 : 30.00 元

版权所有 侵权必究

举报电话 : 010-63076000

服务热线 : 010-63076000



通往寿险殿堂的阶梯

——《中华寿险四库全书》总序

笔者从事保险行业 15 年 , 面对营销策划一向得心应手 , 游刃有余 ; 而面对专业化经营和系统培训时 , 许多问题会走出来困扰我们。例如 , 制式化培训的系统 and 教材 , 就是常见的问题之一。制式化培训到底应该以什么为标准 ? 世界 500 强保险公司的工作经验给了我们答案 : 不同的代理人职级需要承担不同的角色责任 , 相应的就要提供不同阶梯内容的培训。

2008 年 1 月 , 我们 (宇雷与周全胜) 一起探讨在新的形势下共同推进保险学术研究事业 , 很快达成了共识。我们预测 , 未来十年大陆寿险业的发展模式既不是“人海战术”也不是“精兵制” , 而是人力规模和专业水准共同提升的、以统一行业标准、提高进入门槛为特征的“全职持证专业代理人”模式。政府监管部门和学术研究机构将跟保险公司共同分享新时代的话语权。各类耗时漫长的“资格证考试”将成为令人不厌其烦的特征之一。

2009 年 1 月 , 我们再次相聚 , 决定策划、出版《中华寿险四库全书》 , 为当下诸多保险公司喜欢泛泛而谈的寿险培训体系 (制式化培训) 提供一系列完成状态的示范版本。通过汇聚我们有限的个人才华 , 为民族寿险未来十年的发展趋势指引方向 , 为超过 1 千万的内陆寿险伙伴带来福音。

宇雷先生特别提出 , 教材开发应该是国际化、本土化、科学化、系统化、实战化的有机结合。我们的视野不仅涵盖了全国主要的中资、外资保险公

摇员

总 序



司,也涵盖了包括港澳、台湾的同业先进经验,甚至新加坡、马来西亚的汉语培训体系。

在《中华寿险四库全书》的第一期工程中,我们推出了远部作品:

圆《个人成功行销的远个课题》

通过远个课题,介绍了代理人如何树立正确的营销观念,寻找和创造合适的客源,熟练销售技巧,维持客源,并最终实现个人寿险行销的成功。

圆《万能行销晋阶》

重点强调了专业化推销流程没有足够篇幅展开的内容。例如,主顾开拓和转介绍、良质契约、优质服务等等。

圆《产品说明会工程》

摇圆

介绍了产品说明会的内容以及整个流程,同时,创造性地把产品说明会和产品说明会之后的实践——保险代理人如何向客户进行保险理财说明——结合了起来。

圆《事业说明会工程》

介绍了事业说明会的内容以及整个流程,同时,创造性地把事业说明会和事业说明会之后的实践——如何进行增员辅导——有机结合了起来。

圆《新新经理最佳实践》(上下册)

介绍了营业部经营所涉及的四个核心内容:增员、选材、目标设定、活动管理,所把握的几乎是寿险经营的核心命脉。跟圆云说五项主题当中的四项基本吻合。而版本显然更加通俗化。



速《营销服务部标杆管理》(上下册)

这个大的章节,运用多种国际通行的管理工具,跨行业的绩效考核,岗位说明书,项目管理,最终使得这个作品成为“寿险四库全书”的集大成者。这是中国寿险目前最独特、完备、实战、强大的营销服务部管理手册。

《中华寿险四库全书》将包括但不限于以上内容,我们将不断努力,根据保险业人士的需求,将在寿险业表现卓越的众多有识之士集中起来,将他们的真知灼见以及丰富经验形成文字,提供给广大的业界朋友。

宇雷计划编写的保险相关书籍包括《中华产险四库全书》、《中华保险中介四库全书》等,欢迎保险界资深专家加入我们的写作队伍,共同为中国乃至世界的保险业尽一点绵薄之力。

同时,宇雷还准备成立一个《中华保险图书核武器库》,该战备库为目前在全国寿险行业内规模最大、数量最多、种类最全的书库,是各级公司整体拓展,亦是其管理者、教育者、代理人工作中不可或缺的利器。(具体内容请参见附录)

猿猴

本套丛书的第一期工程具有三大特点:

与时俱进,高扬“拿来主义”的大旗

寿险营销培训领域,有两种倾向最值得防范:

(员)彻底的经验主义;

(圆)彻底的教条主义,或伪海归派。

相对应的,有一种倾向最值得推崇:那就是永不生锈的“拿来主义”。

保险和直销,是两个最大最快的知识海绵,不单热衷于吸收而且擅长于改造。《高效能人士的七个习惯》,现在海内外华人保险公司都拿来改编为高级培训课程。海外引进的畅销财经类读物,《一分钟推销人》、《一分钟经



理人》,已经被开发成寿险专用的新版本。《~~营销~~销售》,也出现了寿险行业独有的版本。

系统完备的教材体系、内在的逻辑融会贯通

我们的目标就是成为“公众立场”的全国保险培训总设计师。我们从系统开发全国第一套适合所有寿险公司的“自学教材”开始。

因此,我们要出的是完整版本的教材。有了教材,其他问题都会迎刃而解。

当“四库全书”编辑到《营销服务部标杆管理》时,我们的喜悦也达到了顶点。我们发现教材的发展符合螺旋上升的根本规律。

成果导向,反向教学——局部运用了创新的教学系统

在个人寿险行销培训领域里面,至今没有一套全国通行的教育培训系统。宇雷先生倡导“精神意愿”教学法,包括事业说明会模式和产品说明会模式,周全胜倡导“设计行销”,我们共同发展出“以终为始、反向教学”的系统。

摇源

事实上,行业之间的大融合趋势,已经发展了相当一段时间。从个人寿险在大陆兴起之日开始,香港、台湾的培训导师就带来了大量的海外经验和学术成果。培训人才在行业内的流动,自然形成了这样的局面。整合是新时期的主题。相关学术部门和管理部门已经开始重视培训管理工作,而真正的行业整合已经从民间开始。

最后,我们必须坦率地承认:

第一,这些课程内容是整个保险行业许多海内外保险前辈多年来集体努力的结晶。



第二,由于这套书定位在适合整个保险行业,所以对于任何一家保险公司而言,在产品和基本法的演示方面,都有隔靴搔痒之感。真正大规模普及,还需要进行系统的梳理、编辑。要顾及本公司的管理平台、工具箱系统、内外勤人员状况、综合资源等条件。在资源允许的范围内,新项目启动阶段最好引进合乎资格的外脑作为支援。

第三,考虑到实际操作的通俗性特征,我们选取的参考资料通常都是最通俗和最感性的版本。很多行业内深奥的内容,我们刻意筛选掉了。

我们深信,经过寿险行业所有有志之士的共同努力,在未来三年,《中华寿险四库全书》完整系统的教育培训体系将直接惠及 100 万以上的寿险代理人,“四库全书”背后所表达出的行业融合的内容,虽然是抛砖引玉,但依然可以间接帮助一代寿险管理干部些许推进整个内陆保险市场。我们也深信,我们随后即将推出的《中华产险四库全书》、《中华保险中介四库全书》将为保险界相关人士提供更多的支持。

摇缘

主摇编

圆缘年 怨月

总 序



产品说明会工程

CHAN PIN SHUO MING HUI GONG CHENG

摇远

总 序



以点带面、系统经营

序摇言

摇摇从传统的推销战斗营话术发展到“理财产品说明会”这种声势颇大的工程,这个并不复杂的进程在中国大陆寿险业,依然经历了漫长的 15 年时间。从发展趋势上来看,这个过程还没有结束,很可能需要进行 15 年时间。

其中最核心的演变,当然是产品。从 15 多年前中国大陆寿险业推出比较传统的固定利率的非分红保险开始,中间经过数次利率下调,产品经历了利差返还、分红、投资连接、万能、多重分红、全方位理财这样一系列代表性的演变。将来如果继续跟国际接轨,还可能走向外汇保单、国际理财等。世界 500 强企业排名第 1 名(1995 年、1996 年)、全球最大的保险集团法国安盛保险的总裁亨利·德·卡斯特利先生在 1996 年安盛保险企业内部的培训致词里,一针见血地指出:我们所从事的保险行业,其产品不受知识产权的保护,因此,我们很重要的工作之一,就是不断翻新我们的产品。

产品的复杂,决定了推销内容、推销模式的复杂。专业化推销流程也许可以保持一百年不动摇,但是,细微处的改变,对于个别的营销员而言,也许就是淘汰性的改变。

《产品说明会工程》在一定程度上,回应了这样一部分在转型过程中进退两难、徘徊彷徨的代理人的内在需求。因为产品说明会,可以协助代理人顺利跨越产品说明的门槛、直至跨越促成的门槛。

在这样的背景下,我们一起来观察《产品说明会工程》。

《产品说明会工程》由三部分构成:

(1) 产品说明会的流程


摇员



目 录

第一部分 产品说明会

摇摇摇前摇言摇轶


摇  事前规划与关键工作摇轶

摇摇摇事前规划与启动摇轶

摇摇摇事前训练与追踪摇轶

摇摇摇事前会务准备工作摇轶

摇摇摇会场的选择、布置摇轶

摇  基本流程与操作要点摇轶


摇  事后操作要点摇轶

摇摇摇说明会后续追踪——电话追踪摇轶

摇摇摇说明会后续追踪——利用确认函促成交费摇轶

摇摇摇说明会后续追踪——利用回访函做持续追踪摇轶

摇摇摇说明会后续追踪——利用沟通函推保单存折摇轶

摇  使用工具汇总摇轶


摇摇摇产品说明会使用工具清单摇轶

摇 员



第二部分 摇保险理财关键对话

摇摇摇前言 :为什么选择保险摇 轱愿

摇  主顾开拓摇 轱袁

摇摇摇阅读要领摇 轱袁

摇摇摇一、客户在哪里摇 轱袁

摇摇摇二、缘故法接触话术(范例)摇 轱源


摇摇摇三、介绍法话术(范例)摇 轱缘

摇摇摇四、收集准主顾名单话术(范术)摇 轱缘

摇摇摇五、信函开发摇 轱远

摇摇摇六、陌生拜访摇 轱园

摇摇摇主顾开拓通关演练摇 轱源

摇  电话约访摇 轱缘

摇摇摇阅读要领摇 轱缘


摇摇摇一、电话在寿险销售中的功能摇 轱缘

摇摇摇二、电话约访的事前准备步骤摇 轱范

摇摇摇三、电话约访接触要领摇 轱范

摇摇摇四、电话约访的拒绝处理摇 轱愿

摇摇摇电话约访通关演练摇 轱园

摇  接触面谈(一)摇 轱源

摇摇摇一、赞美的艺术摇 轱源

摇摇摇二、客户资料汇集摇 轱园

摇摇摇三、购买点分析摇 轱园


摇摇摇四、展示资料摇 轱袁

摇圆




摇摇摇五、资料搜集话术摇摇猿

摇摇摇接触面谈(一)通关演练摇摇猿


摇摇 接触面谈(二)摇摇猿

摇摇摇接触面谈(二)通关演练摇摇猿

摇摇 开门话术(一)摇摇猿


摇摇摇防癌开门话术通关演练摇摇猿

摇摇摇通关要点摇摇猿

摇摇 建议书说明(一)摇摇猿


摇摇摇癌症终身保险通关演练摇摇猿

摇摇摇过关重点摇摇猿


摇摇 开门话术(二)摇摇猿

摇摇摇子女教育年金话术通关演练摇摇猿


摇摇摇通关要点摇摇猿

摇摇 建议书说明(二)摇摇猿

摇摇摇子女教育寿险通关演练摇摇猿


摇摇 开门话术(三)摇摇猿

摇摇摇三代同堂话术通关演练摇摇猿

摇摇 建议书说明(三)摇摇猿

摇摇摇养老保险通关演练摇摇猿

摇摇摇过关重点摇摇猿

摇摇 开门话术(四)摇摇猿

摇摇摇单身开门话术通关演练摇摇猿

摇摇摇通关要点摇摇猿

摇摇猿



摇📄 建议书说明(四)摇📄

摇摇摇终身寿险通关演练摇📄

摇摇摇过关重点摇📄

摇📄 拒绝处理(一)摇📄

摇摇摇一、生活负担太重,房屋贷款、投资基金……需要支付摇📄

摇摇摇二、我已经有很多保险了摇📄

摇摇摇三、我没有时间谈保险,改天吧摇📄

摇摇摇四、我已经有团体医疗保险摇📄

摇摇摇五、我有钱,不用买保险摇📄

摇摇摇拒绝处理(一)通关自测——建议书说明前的拒绝处理摇📄

摇📄 拒绝处理(二)摇📄

摇摇摇一、保费这么贵,我目前没有能力购买摇📄

摇摇摇二、把建议书留下,我研究研究再说好了摇📄

摇摇摇三、我和别家公司产品比较后再决定摇📄

摇摇摇四、您的保险计划很好,但是我决定跟我的亲戚朋友买摇📄

摇摇摇拒绝处理(二)通关自测——建议书说明时的拒绝处理摇📄

摇📄 拒绝处理(三)摇📄

摇摇摇一、我要回去跟太太商量摇📄

摇摇摇二、体检真麻烦摇📄

摇摇摇三、保费这么贵摇📄

摇摇摇四、让我考虑摇📄

摇摇摇拒绝处理(三)通关自测——促成时的拒绝处理摇📄

摇📄 促成要领(一)摇📄

摇摇摇一、促成的原则摇📄

摇源




摇摇摇二、促成的方法摇 辑缘

摇摇摇三、促成的技巧摇 辑缘

摇摇摇促成要领(一)通关自测摇 辑猿

摇摇摇过关重点摇 辑猿

摇  促成要领(二)摇 辑缘


摇摇摇三、促成的技巧(续)摇 辑缘

摇摇摇四、促成时的应用问句摇 辑怨

摇摇摇五、促成时机的实用问句摇 辑园

摇摇摇促成要领(二)通关自测摇 辑员

摇摇摇过关重点摇 辑员

摇  寿险,我相信了摇 辑圆

摇摇摇一、人寿保险是生命价值的保障摇 辑圆

摇摇摇二、人寿保险是家庭保障摇 辑猿

摇摇摇三、人寿保险是积蓄的得力助手摇 辑源

摇摇摇四、人寿保险是相宜的条件摇 辑远

摇摇摇五、人寿保险是创业守成之道摇 辑员


摇摇摇六、人寿保险是一种投资摇 辑源

摇摇摇七、人寿保险是一项无比的财富摇 辑缘

摇摇摇八、人寿保险是完善的理财计划摇 辑愿

摇摇摇九、人寿保险是企业财务的一项策略摇 辑猿


摇摇摇十、人寿保险是生活之道摇 辑缘

摇  保险理财说明宝典摇 辑猿

摇摇摇“保险理财”快速入门十步法摇 辑猿



遥远

- 摇摇摇导入摇摇缘
- 摇摇摇一、寻找切入点摇摇缘
- 摇摇摇二、建立客户理财危机感摇摇远
- 摇摇摇三、引发客户思考摇摇愿
- 摇摇摇四、小结摇摇愿
- 摇摇摇接摇摇近摇摇园
- 摇摇摇一、客户理财难点摇摇园
- 摇摇摇二、理财的关键摇摇员
- 摇摇摇分摇摇析摇摇园
- 摇摇摇一、基本共识摇摇园
- 摇摇摇二、理财选择摇摇员
- 摇摇摇三、理财匹配摇摇园
- 摇摇摇四、理财规划摇摇源
- 摇摇摇点摇摇睛摇摇远
- 摇摇摇一、险种介绍摇摇远
- 摇摇摇二、公司介绍摇摇愿
- 摇摇摇三、公司的资金运用摇摇愿
- 摇摇摇四、我的承诺摇摇圆
- 摇摇摇五、您的选择摇摇源
- 摇摇  保险理财知识宝典摇摇远
- 摇摇摇一、银行储蓄摇摇远
- 摇摇摇二、债券摇摇愿
- 摇摇摇三、股票摇摇猿
- 摇摇摇四、证券投资基金摇摇怨
- 摇摇摇五、人寿保险摇摇远



摇摇摇六、期货买卖	摇摇愿
摇摇摇七、个人外汇买卖	摇摇愿
摇摇摇八、房地产投资	摇摇园
摇摇摇九、实物投资	摇摇园
摇摇摇十、各种投资简单工具的比较	摇摇员
摇摇摇十一、协议存款	摇摇员
摇摇摇十二、交易方式	摇摇圆
摇摇摇十三、同业拆借	摇摇猿
摇摇摇专题 篇	摇摇源
摇摇摇国有股减持	摇摇源
摇摇摇大白鲨——银广夏	摇摇缘
摇摇摇鱼塘里的奇迹——蓝田股份	摇摇苑
摇摇摇亿安神话	摇摇愿
摇摇摇产品 篇	摇摇园
摇摇摇一、基本知识	摇摇园
摇摇摇二、红利事项	摇摇园
摇摇摇三、同业产品知识	摇摇园
摇摇后摇记	摇摇猿
摇摇附录中华保险图书核武器库	摇摇缘



(圆)推销战斗营

(猿)理财规划营

对于很多绩效导向的沟通单向的会议组织者而言,第二和第三部分,也许有些画蛇添足。

但是对于绩效和培训兼顾的,同时注重双向、多向沟通的会议组织者而言,第二和第三部分的出现,无疑是一个进步。试想,一个不合格的代理人,如何在专业性的会议过程中,面向他本人邀请的客户做出专业的和恰到好处的反应呢?

产品说明会不仅是一次业务活动,考虑到它更长远的影响,它更像一次带有很强操作性的大型集体互动培训。因此,面向老业务员和面向新业务员的产品说明会是不一样的,面向普通业务员和面向业务精英的产品说明会也应该有差异。如果考虑到特定的目标市场,情况会更加微妙。

需要提醒大家的是,我们极其反对用产品说明会来取代专业的培训、一对一营销。从世界范围保险行业的发展来看,保险是专业理财规划的一部分内容,保险行销属于很个性化的服务营销。保险绝对不适合群众运动式的阶段性直销。参照止痛的功效而言,产品说明会有点像鸦片。毫不夸张地说,操之过急,有时会造成上瘾、依赖、失血、枯萎。

我们相信,借助阅读这本书,大家可以总结经验、开阔视野。我们还相信,通过突破产品说明会这个要点,可以良性地促进专业化经营循环,理顺概念,更上层楼。

摇圆

周全胜

圆缘年愿月

序 言