

内 容 介 绍

从业务员到讲师，再到作者，绝对不是一个简单的旅程。本系列将在技巧与心态方面作进一步的分享，以求作为保险同行着的你，或将成为其中的一员的你，能从中受益。

国外保险业的辉煌，决定了它们的经营理念是先进的，但先进并不等于实用。《名家保险》是作者根据中国的保险现状，用我们的语言，述说了国外六位保险名家的销售精华。使你在阅读后，能够更贴切地应用到市场上。

1

年收入 3 亿的业务员 —— 柴田和子

“火鸡太太”柴田和子 1938 年出生于日本东京深川。在柴田和子 10 岁的时候，父亲便离开了人间，她的母亲是一位不折不扣的人，柴田和子深受母亲的影响。她母亲经常对柴田和子说：“别人纠正我们 100 个问题，即使 99 个不正确的，只要有一个是正确的，也要心存感谢。如此，方能长保喜悦面容。”

1970 年，已有两个孩子的柴田和子踏入保险界。柴田和子进入保险公司的第一件事，就是被要求写出 300 位认识的人的名单，因为从业之前，柴田和子是名普普通通的家庭妇女，她认识的人根本不足 100 人，最后，为了过关，乱编了 300 个名字，连过世爷爷和未出世的儿子柴田壮一郎的名字都在其中。

过了第一关，过不了第二关，她的主管天天追问“那 300 人进展如何？”柴田和子只好硬着头皮，每天给她的客户寄明信片，明信片上写着：“也许你很讨厌保险业务员！但是为了我的学习，请务必赐见。”结果出乎意料之外，在这些名单中，她签下 187 件保单。第二个月，柴田和子再



接再励，一口气签下 3000 万日元保单，这时候，公司的其他同事对她刮目相看，觉得不可思议。

更不可思议的事在后头，柴田和子从 1979 年起，连续 14 年取得全日本冠军。

1991 年，柴田和子团体险为 1750 亿日元，个人寿险为 278 亿日元，合计 2028 亿日元。首年度保费（FYP）为 68 亿日元（折合约 6800 万美元）。这些数字相当于 804 位“第一生命”保险公司的保险业务员一年所创下的业绩。

柴田和子一年的收入达到 17 亿日元（约 3 亿人民币），她与西方的保险泰斗班·费德雯被称为人寿保险的奇迹。

“西有班·费德雯，东有柴田和子。”

柴田和子为人和蔼可亲，她把自己的成功总结为两个字——服务。每年的感恩节，都会为客户送上一只火鸡。因此，人们都称她为火鸡太太。

成功处方：

- 只要你想要，没有什么不可能的。
- 服务是致胜的关键。

2

柴田和子“红灯话术”

只有准客户感受到寿险行销人员的诚意与自己确实有需要时，他们才会认同保险，从而购买保险。顶尖寿险业务员，会站在客户的立场为他们考虑。

“红灯话术”是柴田和子经常使用的一种话术。

有一个星期六，柴田去拜访一位准客户，这位先生是汽车销售公司的部门经理，他觉得买保险是杞人忧天的懦夫所为。柴田对这位经理说：

“先生，你是从事汽车销售工作的，一定熟悉交通情况吧，那请教你一个问题，你开车上班或兜风，是不是一路都是绿灯？”

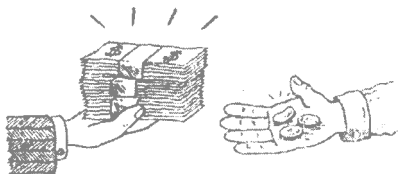
“这个不一定，有时难免有红灯。”

“遇到红灯，你会做什么？”

“停下来等待绿灯。”

“对啊，人生有高峰，也有低谷，有时黄灯，有时红灯，因此你也需要稍停脚步，重新认真思考一下自己的人生。你说对吗？”

这位经理频频点头，柴田看着经理，微笑着对他说：



“人生到处潜伏着难以察觉无法预料的危机，每一个人总是认为自己会一路顺风。可是，为什么我们常常看到，道路旁堆着一辆辆撞得七零八碎，面目全非的肇事车辆？人生路上危机四伏，决不能掉以轻心。”

“但是请你理解，红灯是上天给我们的人生转折点。我现在为的是一点点微薄的佣金，却耗费如此长的时间跟你讲解。你买保险，我赚到佣金，我感谢你，但是将来理赔的保险金额却是支付给你的家人的，是你家人的福份。”

“你投不投保对我是没什么关系，但是能否挑选一位有能力的寿险营销人员来为你规划晚年生活，可是会影响着你的人生方向。因此，请让我为你规划终身保障。”

柴田和子的“红灯话术”最后打动了汽车销售经理，为自己和全家投了巨额的保险。

成功处方：

- 拒绝的客户正是你要找的客户。
- 让客户明白人生的风险性。

3

柴田和子“猴子话术”

有一天，柴田碰上了一个死活不肯投保的客户，柴田开玩笑地说：

“噢！高崎山的猴子怎么跑到这里来了！”

“你太过份了吧！就算我不投保，你也不能这样说嘛！”

“虽然你脸孔长得不像猴子，但在想法上却与猴子没有什么不同；因为两者都不会储蓄，有多少花多少，过了今天，不知道明天的生活费在哪里？在这一点上，你和猴子没有两样。是吧！猴子先生。”

结果，这位客户不得不苦笑置之，同时心中也有所感，的确如此，这样下去可不成。

人到了某个时期都必须会思考自己的晚年，亲人或身边的人发生意外或死亡，或是自己觉得体力衰退的时候，就会对自己的未来感到不安和忧虑。

要缓和这种对将来变化的不安，人寿保险是最佳良药。而明知如此都仍不愿意投保的人，只能说他们跟一口气吃完手中栗子的猴子是没有两样的。

还有一些人，宁愿为自己有二十万分之一失火率的房



子投保财产险，也不愿为自己购买人寿保险，这些人即使他们不是猴子，也是不可理喻的。因为房子只有极小的机率会失火，而人却是个个都会死的，照理说应该先投保寿险再考虑财产险，然而他们却反而先考虑财产险。

有人说：“人死了一了百了，身后事则顾不了那么多，也不必负那么大的责任，因此自己不必投那么多的保险。”

每个人都有自己的选择，只是一旦这样选择后，万一他们死亡就会使家庭及亲人陷入万劫不复的境况。

柴田和子的“猴子话术”针对那些没有责任心的人，有时是一个很好的说服方法。但是，用“猴子话术”一定要慎重，一旦时机不对，可能会给客户带来巨大的伤害。

怀着一颗虔诚的心，心平气和地对客户解说，不论你用什么方法，目的只有一个，就是为客户好。只有这样，你才会做得更好。

成功处方：

- 说一些比喻打动客户。
- 你认为对的就要坚持。

4

柴田和子“远虑话术”

人无远虑，必有近忧。

对于成家后还没有孩子的家庭，柴田和子有“远虑话术”。

柴田和子在一次拜访过程中，认识一对年轻的夫妇，夫妇俩有一定的保险意识，但总是说养老问题留给自己的孩子来负担。

柴田和子对他们说：

“养儿防老观念已过时了，更何况两位膝下犹虚，国家退休金到了两位可以领取的时候，也不知道贬值到什么地步了。现代社会慢慢走向高龄化，目前是平均 7 个人供养一位老人，以后是三个人就要供养一位老人，这对年轻人来说，将是很大的负担。

“你们是否每个月各投保 5 万日元呢？光是孩子的教育费，每个月都得花 10 万日元以上，两位就当作是在付孩子的教育费吧，每月付 10 万日元来购买终身保险及年金保险，如何？”

年轻的先生对柴田和子说：“你说得有道理，让我们好好考虑一下，我们考虑清楚后再答复你。”



柴田见时机成熟，趁热打铁，马上说，“常言道：有备无患。孩子大了以后，我们所能依靠的就只有钱了。现在我们有一种‘头金制度’，如果一次缴了头金，以后每个月的保费负担就少，如果用银行自动划拨，还可以更便宜。”

“如果付款方式采用一年付 14 次的话，一亿日元左右的保险，每个月只要付上 50 万日元左右就可以了。由于上述这许多因素，因此，现代人都为自己的将来，投下了高额的保险！怎么样，不用再考虑了，现在就决定吧！”

把客户支付的保险费当作“孩子的教育费用”，是让客户明白自己的决定是明智的，因为不论怎么样，孩子的教育费用是省不掉的，当然，保险费也是人生的必需品。

谁敢担保未来会发生什么事情？与其期望未来，不如实实在在的准备未来。年轻时就要为年老作准备，年纪小时，为年纪大作准备。

成功处方：

- 说一些最能让客户明白的话。
- 让客户知道未来的总趋势。

5

柴田和子“动情话术”

柴田和子经常使用“动情话术”，对准客户动之以情，晓之以理。

她说：“一个有孩子的家庭，父亲的死并非是单纯一个男人的死，至少带有二、三个涵义。

第一：父亲自身的死亡。

第二：从太太的角度看，是失去了先生。这意味着遗留下来的妻儿将会陷入经济上的困境，因为他们同时也失去了一笔由丈夫提供且习以为常的收入。

第三：由于父亲的死，使得家庭中同时失去一位母亲，因为母亲必须取代以往赚钱回家的父亲而外出工作。做母亲的将不能专心地照顾孩子，就算是孩子哭着，缠着，也要硬起心肠出外工作。

“即使本是夫妻都有工作的家庭，假使丈夫突然去世，又会如何呢？光就经济上来考虑，单凭妻子一个人的收入，足够维持既有的生活开销吗？很可能必须变换原有的工作的内容，甚至上班地点，而新的工作条件可能远不及原来的工作；如此一来，对母亲的健康构成重大威胁。即使不



至于此，至少也会使孩子得不到全部的母爱。”

对有孩子的夫妇，柴田和子都是用上述的“动情话术”来说服客户。但有些客户仍然会找出诸多理由来拒绝她。

有一次，柴田和子讲完后，有一位客户说：

“你说的我都懂，但我没办法购买新的保险。”

“那么万一你在付完贷款前就过世了，怎么办？”柴田和子反问道。如果夫人象我一样有谋生能力，能不眠不休工作的话还没问题，但是你是家庭主妇吧！即使有收入，恐怕也只是偶尔在超市帮帮忙吧！所以你可没有这种先天的条件。对于你的孩子，你还必须尽更多的责任。”

成功处方：

- 对客户动之以情，晓之以理。
- 全盘为客户考虑。

6

柴田和子“留心话术”

留人不留心是一件最痛苦的事情。

在美国发生了一件真实的案例，这案例的男主角 80 岁，女主角 79 岁，“老两口”为了离婚，闹上了公堂。

当律师问提起离婚诉讼的妻子。

“你是多久前开始产生要离婚的念头？”

“从 22 年前就想到要离婚。”

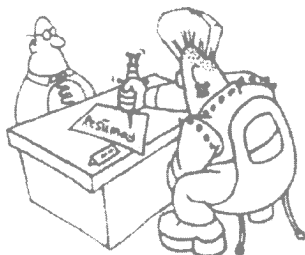
“22 年？怎么可以持续 22 年的婚姻生活？”

“我 22 年前是 58 岁，当时人均寿命是 63 岁，因此我想再忍耐 5 年，等到他死了，不但可以领取他的人寿保险，还可以请领遗属年金，因此一再忍耐下来。”

“后来怎么样呢？”

“后来没想到他到了 63 岁不但没死，还一直活到 70 岁，75 岁，乃至现在 80 岁的高龄。由于他的年金也领完了，保险也到期了，即使自己再如何为丈夫牺牲奉献，他死后也不会为我留下什么。更何况他现在比以前更精神了，极有可能活过百岁。所以我就……。”

“原来事情是这样的。”



这个真实的故事柴田和子常用来说服男性客户，是俗称“留人又留心的话术。”

未来不管在哪个国家，都会面临着一个若不投保终身保险的话，连老婆也留不住。

要让别人心甘情愿地照顾自己的晚年，要让自己活得有尊严，拥有巨大的保障是一个有效的利器。

现代人都会精打细算，如果对照顾自己的人都能有一份回馈保险的话，相信别人也会安心来照顾你的。

近来有许多为人子女者，都不愿意照料自己的老人。又不愿意看他（她）再婚，因为一旦再婚，则子女未来继承的财产所获的比例就会减少。

从各种层面来说，拥有高额的保障，是留人留心的最好方法。

成功处方：

- 提醒客户要准备未来。
- 自己的事情自己做。



柴田和子“输血话术”

向准客户介绍保险时，用一些寓意深刻的小故事，更能打动准客户的心。柴田和子有一套“输血话术”，她每次使用这套话术，都取得不错的效果。

话术讲的是一个发生在日本的真实故事。

有一天，一对中年的夫妇带着 17 岁和 11 岁的儿子，一家 4 口到郊区游玩。途中经过风景优美的地方，他们停下来准备拍照留念。家人都是由左手边的门下车的，只有开车的爸爸因为坐在驾驶座上，所以打开右边的门准备下车。正要下车的一刹那，后面一辆高速行驶的摩托车把他撞倒了，腿部受了重伤，导致大量出血，伤者马上被送往医院急救。本来一家人乐融融去游玩，谁也想不到，瞬间酿成了一场悲剧。

被送往医院急救的爸爸需要马上输血，但符合血型的只有 11 岁的男孩次郎。

“为了救你的父亲，可以抽取你的血吗？”次郎思索了一下，点了点头，说：“可以。”

爸爸的生命已没有危险，旁人听到这件事情都非常感



动，对他说：“次郎，你真了不起你想要点什么来奖励？”
刚输完血的次郎一脸苍白，静静地坐在房间的角落里。

“我什么都不要。”

“为什么呢？次郎，你救了爸爸，这是多么了不起的事，只要你提出要求，我都会买给你。”

次郎想了想说：“我真高兴能救了爸爸，但我还有几分钟就会死呢？”

原来这小男孩误会了，他以为输血救了父亲的生命，必须牺牲自己的小生命。在这种情形下，他还毅然献出他的生命！

但是为人父母的你，能为孩子做些什么呢？用金钱是买不到爱的，但是你可以用爱来灌输金钱。

保险的真正意义：钱是买不到爱的，但你可以在金钱里融入你的爱，这就是保险。

成功处方：

- 提醒客户别空有“情”。
- 要赋予你的爱人以责任心。



柴田和子“激战话术”

一个有出息的人，不必事事都要回家跟老婆商量。

只有有魄力，做事果断的人，才配称为人上人。

“我听经理说：你可是一块可造之材，所以请你马上决定吧！因为有胆识的人决不迟疑。”

“要不，这样吧。你现在就先填写这张申请书，如果太太反对你的决定，就请你明天打电话来，我再将这张投保书作废。”

碰到扭扭捏捏，不愿填写投保单的人，柴田和子用的是上述的激战话术。

在这世上许多人都明白保险的必要性和重要性，却又总是下不了决心。遇到这种情形，柴田和子会这样对他们说：“你打高尔夫球输 5 万，打麻将输 3 万也不皱一下眉头，可是要你每月缴 5 万日元的保费就舍不得。如果你是这样弄不清孰轻孰重的人，怎能期望你将来出人头地呢？”这样可以激发客户的决心。

经过这样一讲，大部份的人都会说：“那么我和太太商量以后再答复你吧！”这时候，激战话术就登场了，而当场填妥



投保单的人，几乎没有人会再打电话来要求取消保险契约。

柴田和子总会这样说：“如果你不给我来电话，就表示你讨厌我了。”“你嘴上说这说那的，其实你心里根本不想跟我签约吧！”

“不，决没有这回事。”

“那就签名呀！”

“啊！嗯！可是我得与太太……”

“最近的男人好象都变得婆婆妈妈的，可是我相信你不是这样的。总之，请你现在就将这张保单填一填，如果你的夫人说不行，我就将它作废。一般所谓人上人，太多是即知即行的，不知道你是否算得上人上人，但我相信你是。”

柴田和子这一招激战话术，一般都有成效，因为一个人被刺激之后，总会给自己下台阶的方法。

当然，签单就有希望了。

成功处方：

- 引导客户思维的是你。
- 千万不要让客户反客为主。