

目摇摇录

第八部分 摇 保险中介	(页码)
摇一、 保险中介	(页码)
(一) 保险中介	(页码)
(二) 保险中介主体形式的区别	(页码)
(三) 保险中介的作用	(页码)
(四) 保险中介原则	(页码)
(五) 当前保险市场主要代理形式	(页码)
(六) 影响保险中介行为的因素	(页码)
摇二、 保险代理	(页码)
(一) 代理	(页码)
(二) 代理制度的产生与发展	(页码)
(三) 代理的法律特征	(页码)
(四) 代理的种类	(页码)
(五) 代理适用范围	(页码)
(六) 代理权的行使	(页码)
(七) 代理权的消灭	(页码)
(八) 代理关系终止的法律后果	(页码)
(九) 保险代理	(页码)
(一) 保险代理的特征	(页码)
(二) 保险代理的种类	(页码)
(三) 保险代理的作用	(页码)
(四) 保险代理中介业务的地位	(页码)
(五) 保险代理制度种类	(页码)
(六) 英国保险代理制度	(页码)
(七) 美国保险代理制度	(页码)
(八) 法国保险代理制度	(页码)
(九) 德国保险代理制度	(页码)

○日本保险代理制度	(页码)
○我国保险代理制度	(页码)
○我国保险代理的历史	(页码)
○我国保险代理业存在的问题	(页码)
○我国保险代理的发展趋势	(页码)
三、保险代理合同	(页码)
○保险代理合同	(页码)
○保险代理合同的特性	(页码)
○保险代理合同的要素	(页码)
○保险代理合同的内容	(页码)
○保险代理合同订立的原则	(页码)
○保险代理合同订立的程序	(页码)
○保险代理合同的法律效力	(页码)
○保险代理合同的无效及其确认	(页码)
○保险代理合同变更的条件	(页码)
○保险代理合同变更的事项	(页码)
○保险代理合同解除的性质	(页码)
○保险代理合同解除的条件	(页码)
○保险代理合同解除的效力	(页码)
○保险代理合同的自然终止	(页码)
○保险代理合同纠纷产生的原因	(页码)
○保险代理合同的解释原则	(页码)
○保险代理合同纠纷的处理方式	(页码)
○保险代理合同适用法规	(页码)
四、寿险代理	(页码)
○寿险代理的特点	(页码)
○寿险与社会养老保险的区别	(页码)
○寿险代理实现形式	(页码)
○我国寿险代理模式	(页码)
○寿险代理人员的素质	(页码)
○寿险代理人员的职业道德	(页码)
○寿险代理人的行为规范	(页码)
五、产险代理	(页码)
○产险代理的组织形式	(页码)
○产险代理中应注意的问题	(页码)
○产险个人代理发展滞后的原因	(页码)
○英国产险代理制度	(页码)
○美国产险代理制度	(页码)

(一) 法国产险代理制度	(125)
(二) 德国产险代理制度	(125)
(三) 日本产险代理制度	(125)
(四) 我国产险代理制度	(126)
六、理赔代理	(126)
(一) 理赔代理	(126)
(二) 理赔代理产生原因	(126)
(三) 理赔代理的种类	(126)
(四) 理赔代理的特点	(126)
(五) 理赔代理的原则	(126)
(六) 理赔代理的作用	(126)
(七) 理赔代理机构	(126)
(八) 理赔代理机构的工作形式	(126)
(九) 理赔代理人员的素质要求	(126)
(十) 理赔代理工作的任务	(126)
(十一) 保险公司与理赔代理人的委托授权过程	(126)
(十二) 保险公司和理赔代理人的关系	(126)
(十三) 理赔代理人理赔工作程序	(126)
(十四) 理赔报告书的內容	(126)
(十五) 理赔费用的支付	(126)
(十六) 第三者责任案件的处理	(126)
七、保险代理人	(126)
(一) 保险代理人	(126)
(二) 保险代理人的种类	(126)
(三) 保险代理人的作用	(126)
(四) 保险代理人的法律特征	(126)
(五) 保险代理人的法律地位	(126)
(六) 保险代理人的法律责任	(126)
(七) 保险代理人的权利与义务	(126)
(八) 保险代理人的行为准则	(126)
(九) 保险代理人的执业规则	(126)
(十) 专业代理人	(126)
(十一) 保险代理公司设立条件	(126)
(十二) 专业代理人设立的程序	(126)
(十三) 保险代理公司的业务范围	(126)
(十四) 兼业代理人	(126)
(十五) 兼业代理人的条件	(126)
(十六) 兼业代理人审批程序	(126)

员兼业代理人的业务范围	(员兼)
员个人代理人	(员个)
员个人代理人的业务范围	(员个)
圆承保代理人	(圆保)
圆理赔代理人	(圆理)
圆追偿代理人	(圆追)
圆产险代理人	(圆产)
圆寿险代理人	(圆寿)
圆独立代理人	(圆独)
圆专用代理人	(圆专)
圆总代理人	(圆总)
圆特别代理人	(圆特)
圆营业代理人	(圆营)
猿劳合社代理人	(猿劳)
猿自我代理人	(猿自)
猿再保险代理人	(猿再)
猿保险代理人员的录用原则	(猿保)
猿保险代理人员招聘方法步骤	(猿保)
猿保险代理人的职业要求	(猿保)
猿保险代理人的培训要求	(猿保)
猿保险代理人的劳务报酬	(猿保)
猿保险代理人的发展历程	(猿保)
猿我国保险代理人的发展现状	(猿保)
源保险代理人的发展趋势	(源保)
摇八、保险经纪人	(摇八)
员经纪人	(员经)
圆保险经纪	(圆保)
猿保险经纪人	(猿保)
源保险经纪人的种类	(源保)
缘保险经纪人的作用	(缘保)
远保险经纪人的法律特征	(远保)
苑保险经纪人的法律地位	(苑保)
愿保险经纪人的法律责任	(愿保)
怨保险经纪人的权利与义务	(怨保)
员保险代理人与保险经纪人的区别	(员保)
员保险经纪人的组织形式	(员保)
员保险经纪人的执业规则	(员保)
员保险经纪人员资格认定	(员保)
员保险经纪公司设立条件	(员保)

员 中外合资保险经纪公司设立条件	(员 愿)
员 中外合资保险经纪公司设立条件	(员 愿)
员 保险经纪公司股东要求	(员 愿)
员 保险经纪公司的业务范围	(员 愿)
员 保险经纪公司业务流程	(员 愿)
员 保险经纪公司收费方式	(员 愿)
员 保险经纪人的发展现状	(员 愿)
员 保险经纪人的发展趋势	(员 愿)
九、保险公估人	(员 猿)
员 保险公估	(员 猿)
员 保险公估的形式	(员 猿)
员 保险公估人	(员 猿)
员 保险公估人的起源	(员 猿)
员 保险公估人产生的必然性	(员 猿)
员 保险公估人的种类	(员 猿)
员 保险公估人的作用	(员 猿)
员 保险公估人的法律特征	(员 猿)
员 保险公估人的法律地位	(员 猿)
员 保险公估人的法律责任	(员 猿)
员 保险公估人法律责任的种类	(员 猿)
员 保险公估人承担民事损害赔偿责任的种类	(员 猿)
员 保险公估人民事损害赔偿责任的认定与归责	(员 愿)
员 保险公估人的权利与义务	(员 愿)
员 保险公估人的职能	(员 愿)
员 保险公估人与保险人被保险人的关系	(员 猿)
员 保险公估人与保险人在保险事故损失处理上的区别	(员 猿)
员 保险公估人与一般的资产评估公司的区别	(员 猿)
员 保险公估人与产品技鉴检验中心的区别	(员 猿)
员 保险公证与司法公证的区别	(员 猿)
员 保险公估人协会组织	(员 猿)
员 保险公估师学会的作用与地位	(员 猿)
员 保险公估人的从业资格	(员 猿)
员 保险公估人行为的法律特征	(员 猿)
员 保险公估机构执业原则	(员 猿)
员 保险公估机构的特点	(员 猿)
员 保险公估人执业责任赔偿	(员 猿)
员 保险公估人执业责任赔偿制度	(员 猿)
员 保险公估人执业责任赔偿制度的特征	(员 猿)

猿 保险公估人执业责任赔偿的构成	(猿缘)
猿 保险公估人民事法律责任的承担方式	(猿缘)
猿 提高保险公估人赔偿能力的途径	(猿缘)
猿 保险公估人的行政法律责任	(猿缘)
猿 保险公估人行政法律责任的特征	(猿缘)
猿 保险公估人行政法律责任的种类	(猿缘)
猿 保险公估人行政法律责任的承担方式	(猿缘)
猿 保险公估人的刑事法律责任	(猿缘)
猿 保险公估人刑事法律责任的特征	(猿缘)
猿 保险公估人刑事法律责任的种类	(猿缘)
源 保险公估人刑事法律责任的承担方式	(猿缘)
源 保险公估人市场定位	(猿缘)
源 保险公估人组织形式的选择	(猿缘)
源 保险公估人的业务种类	(猿缘)
源 保险公估人的业务范围	(猿缘)
源 中国公估行的业务范围	(猿缘)
源 保险公估人的业务空间	(猿缘)
源 保险公估行设立条件	(猿缘)
源 保险公估行设立程序	(猿缘)
源 保险公估行设立需提交的文件	(猿缘)
缘 外资、合资保险公估行设立需递交的文件	(猿缘)
缘 保险公估人员的职业道德	(猿缘)
缘 保险公估人员行为能力	(猿缘)
缘 保险公估人员资格考试	(猿缘)
缘 保险公估人的法律责任	(猿缘)
缘 保险公估人业务来源	(猿缘)
缘 专业保险公估人执业资格认定	(猿缘)
缘 兼业保险公估人执业资格认定	(猿缘)
缘 保险公估人员资格认定	(猿缘)
缘 公司制保险公估行	(猿缘)
远 合伙制保险公估行	(猿缘)
远 个人独资保险公估行	(猿缘)
远 保险公估业组织机构设置	(猿缘)
远 保险公估人员的管理	(猿缘)
远 英国保险公估人制度	(猿缘)
远 美国保险公估人制度	(猿缘)
远 日本保险公估人制度	(猿缘)

(一) 韩国保险公估人制度	(页码)
(二) 香港保险公估人制度	(页码)
(三) 保险公估业务种类	(页码)
(四) 财产保险公估	(页码)
(五) 工程保险公估	(页码)
(六) 责任保险公估	(页码)
(七) 机动车辆保险公估	(页码)
(八) 海上保险公估	(页码)
(九) 保险公估业的经营范围	(页码)
(十) 保险公估业经营原则	(页码)
(十一) 保险公估业经营流程	(页码)
(十二) 公估师要求	(页码)
(十三) 公估实务准备	(页码)
(十四) 公估技术准备	(页码)
(十五) 公估现场查勘的内容	(页码)
(十六) 公估责任审核的内容	(页码)
(十七) 公估报告的特点	(页码)
(十八) 公估报告的内容	(页码)
(十九) 我国保险公估收费的原则	(页码)
(二十) 国外保险公估收费方法	(页码)
(二十一) 公估人火灾现场查勘内容	(页码)
(二十二) 公估人火灾现场查勘注意事项	(页码)
(二十三) 火灾损失现场清点的内容	(页码)
(二十四) 损失理算	(页码)
(二十五) 火灾保险损失的分摊	(页码)
(二十六) 海上保险评估的沿革	(页码)
(二十七) 海上保险评估的特征	(页码)
(二十八) 海上保险公估报告的内容	(页码)
(二十九) 海上货物运输保险公估执行程度	(页码)
(三十) 船舶保险公估	(页码)
(三十一) 我国早期的保险公估业	(页码)
(三十二) 我国保险公估业发展历程	(页码)
(三十三) 我国保险公估业的发展现状	(页码)
(三十四) 保险公估组织机构设立的目的	(页码)
(三十五) 我国保险公估业发展中存在的矛盾	(页码)
(三十六) 我国保险公估人制度建立的必要性	(页码)
(三十七) 其他保险中介人	(页码)
(三十八) 其他保险中介人	(页码)

Ⅷ 保险精算	(页码)
Ⅷ.1 保险精算师的分类	(页码)
Ⅷ.2 保险精算师事务所的主要职能	(页码)
Ⅷ.3 保险精算师的资格认定	(页码)
Ⅷ.4 保险市场公证人	(页码)
Ⅷ.5 保险市场公证的任务	(页码)
Ⅷ.6 保险公证人的特点	(页码)
Ⅷ.7 保险公证人的类型	(页码)
Ⅷ.8 保险公证人的作用	(页码)

第九部分 保险营销

摇一、保险营销概述

Ⅷ.1 保险市场营销理念	(页码)
Ⅷ.2 保险市场营销产生与发展	(页码)
Ⅷ.3 保险营销的概念	(页码)
Ⅷ.4 保险营销系统	(页码)
Ⅷ.5 保险营销的特点	(页码)
Ⅷ.6 保险营销与保险推销	(页码)
Ⅷ.7 保险市场营销原则	(页码)
Ⅷ.8 保险营销的内容	(页码)
Ⅷ.9 保险营销的重要性	(页码)
Ⅷ.10 我国保险市场营销现状	(页码)

摇二、保险营销的环境与需求分析

Ⅷ.1 现代保险市场新特点	(页码)
Ⅷ.2 保险市场营销环境	(页码)
Ⅷ.3 保险营销宏观环境	(页码)
Ⅷ.4 保险微观环境	(页码)
Ⅷ.5 保险营销与环境的协调	(页码)
Ⅷ.6 保险购买者分析	(页码)
Ⅷ.7 保险购买者行为模式	(页码)
Ⅷ.8 影响购买行为的因素	(页码)
Ⅷ.9 个体购买行为分析	(页码)
Ⅷ.10 团体购买行为分析	(页码)
Ⅷ.11 保险企业竞争分析	(页码)
Ⅷ.12 波特五种竞争力量分析法	(页码)
Ⅷ.13 竞争策略	(页码)

员 保险市场需求	(员)
员 保险市场需求预测	(员)
员 保险市场需求预测方法	(员)
摇三、保险目标市场策略	(员)
员 保险市场细分	(员)
员 保险市场有效细分的条件	(员)
员 保险商品市场细分的必要性	(员)
员 保险市场细分化的作用	(员)
员 保险商品市场细分的依据	(员)
员 保险市场细分的步骤及应注意的问题	(员)
员 保险商品目标市场的选择原则	(员)
员 保险目标市场选择的条件	(员)
员 保险商品目标市场的选择策略	(员)
员 保险目标市场营销策略	(员)
员 保险市场覆盖战略	(员)
员 目标市场策略的选择	(员)
员 保险企业市场定位策略	(员)
员 市场定位的主要步骤	(员)
员 定位的主要策略	(员)
摇四、保险营销的信息策略	(员)
员 保险营销信息	(员)
员 保险营销信息收集内容	(员)
员 保险营销信息收集途径	(员)
员 保险营销信息传递	(员)
员 营销信息与促销	(员)
摇五、保险营销的商品策略	(员)
员 保险商品	(员)
员 保险商品的特点	(员)
员 保险商品的结构	(员)
员 保险商品的两个因素	(员)
员 保险产品分类	(员)
员 保险商品的产生过程与内容	(员)
员 保险商品流通	(员)
员 保险商品流通的意义	(员)
员 保险商品流通周期	(员)
员 保险商品不同流通周期的营销策略	(员)
员 保险商品开发	(员)

员 保险商品开发的意义	(员 员)
员 保险商品开发的要求	(员 员)
员 保险商品开发的组织机构	(员 员)
员 保险商品开发的原则	(员 员)
员 保险商品开发策略	(员 员)
员 保险商品开发的命名策略	(员 员)
员 保险商品开发的技术策略	(员 员)
员 保险商品开发的时机策略	(员 员)
圆 险种创新策略	(员 员)
圆 险种模仿策略	(员 员)
圆 险种组合策略	(员 员)
圆 保险产品组合决策	(员 员)
圆 保险商品开发的程序	(员 员)
圆 新险种构思的筛选与设计	(员 员)
圆 新险种方案的鉴定和评估	(员 员)
圆 制定市场营销策略	(员 员)
圆 市场试销	(员 员)
圆 保险产品的市场导入	(员 员)
猿 绩效评估	(员 员)
猿 保险商品开发的设计方法	(员 员)
猿 险种设计的原则	(员 员)
猿 险种设计的内容	(员 员)
猿 保险产品的品牌策略	(员 员)
猿 保险产品的包装策略	(员 员)
摇六、保险服务策略	(员 员)
员 保险服务	(员 员)
圆 保险商品服务的特点	(员 员)
猿 保险优质服务的基本要求	(员 员)
源 优质保险服务的意义	(员 员)
缘 保险优质服务的内容	(员 员)
远 保险商品的服务质量	(员 员)
苑 保险服务质量差的原因	(员 员)
愿 改善服务品质的原则	(员 员)
怨 保险优质服务策略	(员 员)
员 差别化策略	(员 员)
员 服务质量沟通策略	(员 员)
员 加强防灾损服务策略	(员 员)

服务组合策略	(页)
七、保险营销的定价策略	(页)
保险营销价格	(页)
计算保险费率的基础	(页)
保险产品定价的原则	(页)
商业原则	(页)
法律原则	(页)
数理原则	(页)
制定保险营销价格的方式	(页)
保险定价的目标	(页)
保险产品定价策略	(页)
调价策略	(页)
保险营销价格策略的意义	(页)
八、保险营销渠道策略	(页)
保险营销渠道	(页)
保险营销渠道的作用	(页)
保险营销渠道的种类	(页)
保险营销渠道的选择	(页)
保险营销渠道选择因素	(页)
保险营销渠道选择的决策	(页)
各产品周期的渠道策略	(页)
保险营销渠道创新趋势	(页)
我国保险营销渠道	(页)
我国保险营销渠道的完善与发展	(页)
九、保险促销策略	(页)
保险促销概述	(页)
保险促销作用	(页)
保险促销组合	(页)
促销的基本策略	(页)
保险广告	(页)
保险广告在营销中的作用	(页)
保险广告的特点	(页)
保险广告类型	(页)
保险广告目标	(页)
广告媒体及其选择	(页)
广告媒体选择的步骤	(页)
保险广告效果评价	(页)

员 保险广告效果提高的方式	(员 园)
员 公共关系在保险营销中的运用	(员 猿)
员 保险公共关系促销	(员 猿)
员 保险展业推广	(员 源)
员 保险展业推广的类型	(员 缘)
员 保险展业推广的方法	(员 缘)
员 保险展业推广的特点	(员 远)
圆 保险展业推广的程序	(员 远)
圆 保险人员促销	(员 愿)
圆 人员推销的特点	(员 愿)
圆 人员推销任务和作用	(员 愿)
圆 保险推销人员素质要求	(员 园)
圆 保险推销员应具备的基本能力	(员 园)
圆 保险商品人员推销程序	(员 源)
圆 处理顾客异议的基本步骤	(员 愿)
圆 戒摇交	(员 园)
圆 售后服务	(员 员)
猿 保险人员推销的设计	(员 员)
猿 人员推销的管理	(员 猿)
猿 互联网促销	(员 源)
摇十、保险营销技巧	(员 苑)
员 准客户的寻找与确定	(员 苑)
圆 寻找客户的方法	(员 苑)
猿 准客户资料准备	(员 愿)
源 准客户陌生访问	(员 愿)
缘 客户网络的建立	(员 愿)
远 约见的技巧	(员 员)
苑 递名片的技巧	(员 员)
愿 如何成功地导入保险话题	(员 猿)
怨 用信心破除客户的戒心	(员 源)
员 发问的技巧	(员 源)
员 说明的技巧	(员 缘)
员 接近客户的方法与技巧	(员 远)
员 让准客户说“是”的技巧	(员 苑)
员 营销沟通	(员 苑)
员 防止遭受拒绝的技巧	(员 愿)
员 登门拜访时应做好拒绝的心理准备	(员 园)

尽可能做到事先约好	(页码)
传达拜访的目的	(页码)
了解顾客性格 , 并积极适应	(页码)
对自己公司的商品	(页码)
不要对顾客的谢绝采取正面对抗	(页码)
不要给顾客有成为受害者的感受	(页码)
对粗暴的拒绝 , 也不应胆颤心惊 , 要果断地处理困难	(页码)
认真倾听顾客提出的意见	(页码)
对于谢绝不做议论	(页码)
以表示共鸣来做出反应	(页码)
以多次重复的手段满足顾客	(页码)
最好表现的夸张一些	(页码)
及时了解 , 并记录顾客的要求 , 尽量真诚地给予答复	(页码)
退一步 , 海阔天空	(页码)
对摆架子的人	(页码)
对付谢绝的最有效方法是诚实	(页码)
突破准客户心理防线的技巧	(页码)
针对不同客户的谈话策略	(页码)
促成技巧	(页码)
讲话的技巧	(页码)
倾听的技巧	(页码)
告辞的艺术	(页码)
赞美客户	(页码)
直面拒绝	(页码)
男性顾客拒绝的应对技巧	(页码)
对于“自己很健康没有必要保险”的应对	(页码)
积极推进	(页码)
控制主动权	(页码)
解除女性心理戒备的技巧	(页码)
十一、保险营销谈判策略	(页码)
保险营销谈判重要性	(页码)
保险营销谈判策略	(页码)
保险谈判人员要求	(页码)
保险营销谈判的方式与程序	(页码)
保险营销谈判的礼节礼仪	(页码)
保险营销谈判的技巧	(页码)

摇十二、保险营销 悦策略	(员源缘)
夔保险营销与企业 悦	(员源缘)
夔悦的构成	(员源缘)
夔悦系统的功能	(员源苑)
夔保险营销 悦策略的主要性	(员源怨)
夔保险营销中 悦策略运用	(员源员)
摇十三、保险人员培训	(员源远)
夔保险人员培训的意义	(员源远)
夔保险营销人员培训内容	(员源苑)
夔保险业务人员的培训体系	(员源苑)



第八部分

保險中介

