

<<保险就该这样卖>>

图书基本信息

书名：<<保险就该这样卖>>

13位ISBN编号：9787111389255

10位ISBN编号：7111389255

出版时间：2012-8

出版时间：机械工业出版社

作者：陈玉明

页数：259

字数：221000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<保险就该这样卖>>

前言

随着我国社会经济的发展及其与全球经济的相互渗透和依赖，商业保险这个曾经令人陌生的金融行业在我们的生活中也扮演了越来越重要的角色。

特别是我国加入世界贸易组织(WTO)以后，保险业逐步开放，众多外资保险公司纷纷加入到国内保险行业的竞争中来。

人们最直接的感受就是保险公司越来越多，保险广告铺天盖地，保险推销更是司空见惯。

常常听到有人说：“我最讨厌有人向我推销保险了，一天到晚总要接很多莫名其妙的电话，真是烦死了。”

更有人一本正经地对准备和他谈保险的朋友或亲戚说：“有事说事，保险免谈，否则别怪我不客气了。”

最可笑的是，居然有人总结了一个“三防”：防火，防盗，防保险。

一边是保险代理人在大街小巷不畏艰难，千辛万苦，甚至是忍辱负重地向人们推销着各种各样的保险产品；一边是老百姓胆战心惊，唯恐躲之不及地拒绝自己的保障。

究其根源，是因为在保险行业初期，行业管理不完善，从业人员素质参差不齐；一般老百姓缺乏保险意识，缺乏保险知识。

最近几年，保监会出台了政策和措施，对保险行业内出现的各类情况进行了修订和改进。

老百姓的保险观念也逐渐成熟，人们纷纷意识到以前忽略、低估了保险的重要性。

本应给人们带来保障的保险力量，在灾难发生后的中国土地上，却是如此的薄弱。

经历了一次又一次的灾难，在悲痛的同时，更多人开始考虑给自己和家人买一份保险，换一份保障。

在保险行业蓬勃发展的大背景下，2009年7月，我们编辑出版了《保险就该这样卖》一书，书中系统而全面地讲述了与普通保险推销员密切相关的各方面知识。

该书具有极强的可操作性和实用性，赢得了广大读者的喜爱。

在3年时间内，该书重印9次，销量超过25000册，取得了良好的社会效益和经济效益。

在此期间，我们收到大量的读者朋友来函来电，在肯定我们工作的同时，也提出了许多中肯的意见和建议。

由于这几年保险行业逐步调整和规范，产生了很多新的变化，各种新的行业法规相继出台，现实中出现了许多新的保险销售模式和方法，很多朋友都期盼能有《保险就该这样卖》的延续作品问世。

为此，我们根据现在社会上出现的新的保险销售方法，又重新改版编订了这本《保险就该这样卖·升级版》，书中除了介绍《保险就该这样卖》中没有涉及的销售模式以及销售观念以外，还详细地向读者朋友们介绍了现在最流行、最有效的一些销售方法。

通过这种详细的介绍，以期能让读者朋友对保险销售有一个更系统、更完整的了解。

本书针对保险营销的实际操作，提供了105个模拟场景，分8堂课进行讲解。

每个场景均按实际问题、点评分析、方式和策略、专家建议的思路一气呵成，思路清晰，简明易懂。

本书可以帮助保险销售人员坚定信心，增强保险服务意识，掌握保险推销技巧，提高保险推销过程中与客户沟通交流的能力，从而帮助更多的人认识保险，理解保险，购买保险，使他们在遭遇各种灾难时，能够撑起保险这把“保护伞”。

本书最大的特点就是贴近现实，无论是场景实例还是点评分析，都以通俗而不肤浅的语言向你展示推销的艺术与技巧，有如一位朋友，为你加油，推动你勇往直前。

毫无疑问，本书是保险推销员的必读书，也是保险公司进行员工培训的优秀读本。

随着外资保险公司的抢滩登陆，中国的保险业会慢慢地走上正轨，并逐渐成熟。

也希望更多的有社会责任感的人才加入到这个行业中来，推动保险业健康有序地快速发展！

陈玉明 2012年5月

<<保险就该这样卖>>

内容概要

《保险就该这样卖(升级版实战强化版)》由陈玉明编著，针对保险营销的实际，提供了105个模拟场景，分8堂课进行讲解。

每个模拟场景均按实际问题、点评分析、方式和策略、专家建议的思路一气呵成，思路清晰，简明易懂。

本书可以帮助保险销售人员坚定信心，增强保险服务意识，掌握保险推销技巧，提高保险推销过程中与客户沟通交流的能力，从而帮助更多的人认识保险，理解保险，购买保险，使他们在遭遇各种灾难时，能够撑起保险这把“保护伞”。

《保险就该这样卖(升级版实战强化版)》是保险推销员的必读书，也是保险公司进行员工培训的优秀读本。

<<保险就该这样卖>>

作者简介

陈玉明 国际注册特许财务策划师 (FChFP)

国家劳动部注册理财规划师 (ChFP) 雅虎“知识堂”保险栏目首席保险专家 保险理财网

(www.pa99.com.cn) 首席理财顾问

美国百万圆桌 (MDRT) 会员 世界华人保险国际龙奖 (IDA) 铜奖会员 中国优秀保险营销员联盟会员

中国平安保险北京分公司高级主任

<<保险就该这样卖>>

书籍目录

前言

第1堂课资源开拓客户资源拓展与客户筛选

- 每幢写字楼里都有你的客户
- 怎样让你的客户为你介绍新客户
- 透过网络，抓住显示屏后的潜在客户
- 等客户上门，不如上门找客户
- 办个保险讲座：每一个听众都是你的潜在客户
- 找准有决策权的重要客户
- 客户的节假日，正是你的工作日
- 摆展台，最扎实的耕耘
- 在最需要保险的地方找客户
- 亲情、爱情、责任——挖掘客户的绝佳途径
- 以公司为依托，开发优质客户

第2堂课一线万金电话沟通的技巧

- 让客户喝水不是你打电话的目的，你的任务是让他们觉得渴
- 拨号码之前，先想一个只有你的客户才能回答的问题
- 电话陌生拜访的技巧
- 怎样约见有过一面之缘的人
- 与客户约定面谈时间的方法
- 电话拜访中怎样找到决策者
- 电话拜访也可以采用试探法
- 电话拜访怎样绕过种种障碍
- 电话里被拒绝如何应对
- 做好老客户的电话回访工作
- 电话开场白应注意什么
- 如何与转介绍的准客户进行电话接触
- 如何利用电话邀约相熟的人
- 面对拒绝，再坚持一下
- 在电话中让对方对你感兴趣

第3堂课没有不能说服的客户化解客户拒绝的技巧

- 客户说“保险？”
- 没有多余的钱，负担不起”
- 客户说“我很忙”
- 客户说“我不需要”
- 客户说“我没钱”
- 客户说“我不相信保险，那是骗人的”
- 客户说“我从来不相信你们推销员”
- 客户说“保险不吉利，一保就有险”
- 客户说“保险免谈”
- 客户说“我对保险不感兴趣”
- 客户说“等别人都买了我再买”
- 客户说“人死了保险有什么用”
- 客户说“买保险容易，理赔时太难”
- 客户说“我考虑考虑”
- 客户说“我已经买了”

<<保险就该这样卖>>

第4堂 课销售始于拜访陌生拜访的交谈技巧

陌生拜访时与众不同的开场白
初次拜访如何引起客户的注意
巧妙运用故事举例法
学会倾听，让客户谈下去
专业的知识和详细的计划能赢得客户
陌生拜访从“我能帮助你吗”开始
你只有10分钟
如何在拜访中收集更多资料
怎么说服年轻人买保险
怎么说服父母为孩子买保险
怎样向女性销售保险
怎么说服有社保的客户买保险
巧妙说话，让客户陷入自己的“圈套”
平等互助，不要让客户看低你
巧用幽默化解尴尬气氛

第5堂 课攻克难题化解客户异议的技巧

怕以后经济状况改变没有钱交
我很健康，不需要保险
我要和太太商量一下再说
我的钱随时有用，没有余款买保险
我买不起保险，还要省下钱来还贷
买保险划不来，钱都被保险公司赚走了
设计不错，但是太贵了
我的亲戚朋友都在做保险，我会找他们买
我不认为保险有多重要，只要有钱什么都能解决
以后靠孩子养我就可以了
客户始终不肯表露真正的意图
保险这么好，那大家怎么不抢着买

第6堂 课保证成交促成签约的技巧

问出你想知道的答案
专业是最好的推销术
教你促成没有主见的客户
如何促成“我要考虑一下”的客户
如何促成对价格有疑义的客户
如何越过竞争对手促成签单
用比喻巧妙促成
用“开门红”促成客户签约
签约，该出手时就出手
不要让煮熟的鸭子飞了
如果我交了保费以后你不做了，怎么办
直接促成法
假设促成法
二选一促成法
如何攻克难以攻克的客户
富兰克林成交法
用幽默打开签单之路

<<保险就该这样卖>>

第7堂 课服务领先销售靠服务去缔造超凡业绩

服务客户贵在用心

延续的服务等于更大的回报

给客户一个理由来选择你

回访路上有黄金

真诚、贴心、快速理赔是成功的秘诀

客户要退保怎么办

锦上添花没什么，雪中送炭才难能可贵

真诚服务，让客户想着你

微笑——最贴心的服务

第8堂 课抓住大客户开拓高额保单的学问

如何经营高端客户

如何寻找高收入客户群

签大单先练内功

让小保单成长为大保单

用心赢得老板客户

团险的关键是专业、产品品质和服务

用服务赢得团单

客户问题背后的真实含义

标新立异，用行动赢得客户

利用人类的虚荣心签成大单

“巧合”背后成就大单

把每次机会都当成最后一次

<<保险就该这样卖>>

章节摘录

版权页：电话拜访怎样绕过种种障碍 场景 李丽刚进入保险行业时，认为但凡世间的事情只要雷厉风行就都可以完成，但是经历的一件事让她改变了看法。

刚入保险行业不久的李丽，由于一次机缘巧合签到了一份金额很大的保单，这让她顺利拿到了当年全公司的销售第一名。

后来这份保险到期了，她很想找这个成功的生意人续签，可是每次打电话都有两个女人挡在她面前，一个是前台总机，一个是秘书。

她们总有各种理由回绝李丽，“我们经理出去了”“经理下星期要出国开会”“你下个月再打来吧”……每次听到各种理由后她都识时务地挂了电话，就这样半年过去了。

半年后的一天，李丽又打电话过去，遇到的仍是相同的回答。

这次，她没有像以往一样挂断电话，而是和两个女人拉起了家常，以姐姐的身份体恤她们工作的辛苦、赚钱的不易。

出人意料的事情发生了，她们一路绿灯地帮她把电话转进了经理的办公室，当经理接到她的电话后第一句话就是“我等了很久啊，一直想找你续签”。

这份等待了半年的86万保费的保单让她再次拿下当年公司的销售第一名。

点评分析 出于各种各样的原因，企业的负责人一般会告诉下属什么样的电话应当接进来，什么样的电话应当想办法应付掉，对于大企业来说，这一点尤其明显。

既然领导要求下属对外来电话严格把关，那么下属为了规避责任，自然会拒绝所有类似电话。

他们不仅拒绝对企业没有太大意义的电话，也会本能地拒绝对企业可能有用的电话。

遇到这种情况，一定要想办法绕过这些障碍，才能找到关键负责人。

方式和策略 在现实中，保险推销员遇到的阻力主要来自秘书和总机，一般可以通过以下几种方法来解决：恳求帮助法。

一般情况下，每个人都很愿意帮助别人，秘书也一样。

比如：“张小姐您好，我有急事需要马上与王总沟通一下，您可不可以帮我把电话转给王总？”

”借口私事法。

如果对客户的了解比较多，可以用个人私事做借口，巧妙突破电话障碍。

比如：“我和王总之间有些私人要事，请您给我转过去好吗？”

”每个员工都知道轻易不要涉及上司的隐私，所以这个方法也能很好地越过障碍。

适度赞美法。

秘书一般是女性，她们喜欢听到别人的赞美。

比如：“小姐，您的声音真好听……”在夸赞对方的同时，要把自己的身份介绍清楚。

不过，赞美要适度，不要太频繁。

提高身价法。

比如：“你给我接一下老王的电话，我有些事情与他商量。”

<<保险就该这样卖>>

编辑推荐

<<保险就该这样卖>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>