

<<保险营销>>

图书基本信息

书名：<<保险营销>>

13位ISBN编号：9787302284413

10位ISBN编号：7302284415

出版时间：2012-7

出版时间：清华大学出版社

作者：刘平 编

页数：256

字数：385000

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>

<<保险营销>>

内容概要

本书是一部以真实的寿险公司营销运作为蓝本展开的保险营销学教材，在介绍保险营销体系 and 专业化推销流程这些重要内容的基础上，重点讲解增员和组织发展这一寿险营销的核心内容，同时介绍基础管理体系和营销业务推动等重要内容。

《保险营销——理论与实务》既可作为金融保险类专业保险营销课程的教材，也可作为保险公司营销员和主管的培训教材。

<<保险营销>>

书籍目录

第一篇 导论

第一章 保险营销概论

第一节 保险营销

一、 保险营销的含义与特点

二、 保险营销的基本原则

三、 保险营销的基本要素

第二节 寿险营销

一、 寿险营销的含义

二、 寿险营销的特点

三、 寿险营销的基本任务

四、 寿险营销流程

第三节 寿险营销两轮驱动

第四节 保险公司营销战略

一、 战略态势：保守vs.激进

二、 业务模式：专注vs.多元

三、 营销模式：精兵vs.粗放

四、 机构战略（机构布局）：局部vs.全部

阅读文章1-1 如何正确看待目前的寿险营销模式

阅读文章1-2 中国保险营销体制改革正式启动

第二篇 销售技巧篇

第二章 专业化推销流程

第一节 寻找客户

一、 计划与活动

二、 保户开拓

三、 接触前准备

第二节 面谈签约

一、 接触的技巧

二、 说明的技巧

三、 促成的技巧

第三节 售后服务

一、 售后服务的概念、内容与作用

二、 售后服务的方法和技巧

阅读文章2-1 KPI分析指标及其参考基准值

第三章 寿险推销技巧

第一节 销售话术

一、 主顾开拓

二、 信函接触

三、 电话约访

四、 开门话术

五、 接触面谈话术

六、 促成的话术

第二节 销售拒绝处理

一、 顾客拒绝种类分析

二、 顾客拒绝原因分析

三、 面对顾客拒绝的正确心态

<<保险营销>>

四、处理顾客拒绝的技巧

第三节 产品说明会

一、产品说明会概述

二、产品说明会的组织准备

三、产品说明会实施

四、产品说明会效果评估

阅读文章3-1 我国保险行业调整转型依然任重而道远

第三篇 组织发展篇

第四章 增员与组织发展

第一节 组织发展概述

一、重要的增员概念

二、树立正确的组织发展观

三、强化增员与组织发展意愿

第二节 专业化增员流程

一、增员对象开拓的方法

二、接触合格对象

三、发掘增员点

四、面谈甄选

五、增员说明

第三节 搭建合理的组织架构

一、三种典型的畸形团队

二、理想的组织架构

三、一正一反两个实际团队的例子

四、如何搭建合理的组织架构

阅读文章4-1 保险代理人留存率分析

阅读文章4-2 留存率的是与非

第五章 增员技巧

第一节 增员话术

一、收集名单话术

二、制造危机与增员动摇话术

三、怦然心动与切入行业说明话术

四、CLOSE话术

五、标准话术示范

六、增员话术案例集锦

七、如何制作各类信函

第二节 增员拒绝处理（话术）

第三节 创业说明会

阅读文章5-1 复制增员系统——复制成功

阅读文章5-2 如何做成功的主管

第四篇 营销管理篇

第六章 基础管理体系

第一节 早夕会经营

一、早夕会的重新定义

二、各层级早夕会的流程及重点内容

三、行销部早会标准流程

四、创新型早会

第二节 活动管理

<<保险营销>>

一、 活动管理概述

二、 活动管理工具

第三节 会报系统的建立

阅读文章6-1 营销内勤的角色和定位

阅读文章6-2 频繁换人说明了什么

阅读文章6-3 提高经营管理水平，创造费差益

第七章 营销业务推动

第一节 保险营销策划

一、 保险营销策划的原则

二、 保险营销策划的主要内容

第二节 把握营销节奏

一、 寿险营销三平台

二、 把握营销的节奏

三、 借力而行，借势而跃

第三节 寿险营销五步推动法

一、 五步推动法的基本原理

二、 五步推动法的具体运用

第四节 训练与激励

一、 训练

二、 辅导

三、 陪同展业

四、 激励

阅读文章7-1 如何进行新人培训

阅读文章7-2 寿险营销：战略导航，规划先行

附录A 保险公司竞争力排行榜

附录B 保险省市竞争力排行榜

参考文献

<<保险营销>>

编辑推荐

《21世纪高职高专规划教材·财政金融系列·保险营销：理论与实务》作者刘平曾在保险公司担任过从基层公司到省公司再到总公司的各层级管理者，同时有赴美留学研究保险与证券的经历，对保险营销体系有深刻的认识，对寿险营销运作有切身的体会。

本书首次全景展示了我国保险营销实践的全部主体内容，既有专业化推销流程，也有增员和组织发展；既有保险营销一般理论，也有保险营销实务管理，具有非常强的实用性。

<<保险营销>>

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>