

<<保险推销员心理学读本>>

图书基本信息

书名：<<保险推销员心理学读本>>

13位ISBN编号：9787802324268

10位ISBN编号：7802324262

出版时间：2011-8

出版时间：时事

作者：邓琼芳

页数：268

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>

<<保险推销员心理学读本>>

前言

随着保险行业在社会中发挥的作用越来越大，如今保险推销员的数量也呈现增多之势。

纵观目前全球保险行业的发展，保险推销员已经成为了一个重要的研究课题，但在国内的研究却甚少，尤其是针对保险推销员心理进行的分析与建议。

尽管当前我国的保险行业发展得如火如荼，但是民众，甚至保险推销员群体，都对这个工作带有不少意见。

有的人认为，保险推销行业是“狗肉不上桌”，不到迫不得已，绝不会选择这个行业；有的人认为，保险推销行业的难度极大，能够取得成功的人少之又少；更有的人认为，保险推销员与客户就是一对敌人，推销员利用各种谎言进行蒙骗，客户对推销员只有冷酷，双方的关系就像“水与火”一般难以沟通。

究其原因，还是因为民众对于保险行业了解不多，加上保险推销员的自我心理偏差，不但导致工作中“南辕北辙”，而且不利于保险业的发展壮大。

可是，你知道保险推销行业是一个热门行业吗？

你知道中国保险业有120万个职位空缺吗？

可以说，保险推销行业是最具含金量的“朝阳行业”。

假如你是一位刚出道的保险推销员，那么，你一定想迅速具备保险推销员的心理素质及能力，迅速拥有自己的客户群体，迅速掌握保险推销的技巧，顺利完成约见、促保、签单的各个环节，为客户提供优质的售后服务，以优异的推销业绩来展示你的推销才能。

当然，保险推销属于商品推销的范畴，但与其他商品的推销相比，它还有很大的区别。

因此，无论是那些从业已久的保险推销员，还是初出茅庐的保险推销员，都不要轻视保险推销。

有些保险推销员半路出家，虽然自己有很高的学历，可学的并非是营销专业，有的推销员进入公司后又没有得到基本的培训，所以造成了许多保险推销员连基本的心理知识都不懂，这才是众多保险推销员的事业总难以取得效果的根本原因。

“不想成为将军的士兵不是个好士兵”，同样，对保险推销没有追求，那么你也并不是一个优秀的保险推销员。

本书不同于同类型的书籍，摒弃了单调的科研理论，从实例与理论结合入手，对推销心理、电话推销、客户面谈、促成成交等多个角度进行全面探究，将为你提供一种生动、灵活、实用的心理应用技巧。

<<保险推销员心理学读本>>

内容概要

“不想成为将军的士兵不是个好士兵”。

同样，对保险推销没有追求，那么你也并不是一个优秀的保险推销员。

本书不同于同类型的书籍，摒弃了单调的科研理论，从实例与理论结合入手，对保险行业、电话推销、客户面谈、促成成交等多个角度进行全面探究，将为你带来一幅生动、灵活的心理应用技巧的“画卷”。

本书由邓琼芳编著。

<<保险推销员心理学读本>>

书籍目录

第一篇 驰骋保险行业的前提：从心理上认清自己

第一章 未雨绸缪：做好入行的心理准备

1. 正确认识保险
2. 做好保险的前提：给自己一个准确的心理定位
3. 告诉自己：保险推销是高尚的事业
4. 保持最佳状态，拥有最佳心理
5. 认真规划时间，提升心理紧迫感
6. 纾解自己的心理压力
7. 做好失败的心理准备

第二章 成为保险推销员的必修课：提高自身心理素质

1. 知己才能知彼：确定你自己的心理类型
2. 优秀保险销售员的心理综合素质
3. 竞争力是心理素质的客观反映
4. 好的业务能力能让你如虎添翼

第二篇 摸透客户的心理

第一章 客户买保险的心理

1. 以貌取人：哪些人会掏钱买保险
2. 客户买保险的共同心理
3. 保险消费主力军——家庭保险消费的心理
4. 洞悉保险消费者的心理细节
5. 如何找到“客源”
6. 从性格特征入手，把客户分门别类

第二章 具体分析客户心理，巧妙制定推销战术

1. 洞悉男性购险心理：注重理性和保障
2. 洞悉女性购险心理：固执而又浪漫
3. 夫妻购险心理：为了孩子的教育和健康
4. 摸透老人心理，提醒未来生活的保障
5. 搞定企业客户，从管理者的心理入手

第三章 打破坚冰：瓦解客户的心理防线

1. 化解客户的举止回绝
2. 化解客户的言辞回绝

第三篇 推销实战中的心理学应用

第一章 电话沟通的心理技巧

1. 电话推销前的准备工作
2. 做好电话保险推销员的前提：克服电话恐惧心理
3. 电话拜访的基本技巧
4. 挖掘声音魅力给客户带来的心理愉悦感
5. 听出客户的话外音，准确把握客户心理
6. 电话中控制自己的急躁心理
7. 利用心理战，巧妙解决电话拒绝
8. 给客户留下好印象的心理暗示：找准挂电话的时机

第二章 面谈时的心理技巧

1. 面谈前的准备
2. 初次拜访，拉近双方心理距离
3. 让客户念念不忘，为下次见面打下心理基础

<<保险推销员心理学读本>>

4.再接再厉，促使保单一击即中

5.遭遇挫折，及时化解心理压力

第三章 保持事业常青的关键：提高售后服务

1.售后服务的启动时刻：签约完毕

2.自我反思，与客户做朋友

3.种下售后服务的种子，获得事业的辉煌

4.主动承担自我造成的损失

<<保险推销员心理学读本>>

章节摘录

版权页：了解顾客的心理，目的只有一个：那就是找到客户，并与客户建立良好的关系。通常来说，寻找客户要有一些切实可行的方法，只要灵活运用以下几个方法，寻找到客户还是比较简单的。

发掘普通个体客户（1）善于利用人际关系网善用过去的关系网，这是发掘客户的最基本原则。一个人在世上，总是要与很多人来往，除了家庭成员以外，他还会有亲戚、朋友、同学、老师、同事、领导、上下级……以及这些关系的横向发展，这些都是自己的发展对象。

保险推销员要记得：人人都需要保险，他们总有一天要购买保险的。

所以，与其让他们去寻找一个陌生的推销员购买保险，还不如直接向他行销。

只要不必过分担心面子问题，以真诚的态度，像对待其他一般客户一样去为他们服务，相信对双方都有好处。

尤其对于中国保险市场来说，中国特别讲究人际关系、重人情。

倘若家族、亲族关系十分紧密、牢靠，那么只要突破了一个人，那么就有可能发展出许多客户。

所以，做保险行销要特别注重利用人际关系去开拓自己的客户群。

（2）邻居街坊每个人都有自己的邻居，千万别小看了这些远亲近邻，因为，有时候客户就存在于街坊邻居中。

常言道：“远亲不如近邻。”

无论你是住在单位大院还是生活小区，都会有大批低头不见抬头见的街坊邻居，这是一个极有开发潜力的客户市场。

正因为如此，要想做一个优秀的保险推销员，那么就要时时处处做一个有心人，不要“有事才登三宝殿”。

经常在家门口逗留，和邻居聊聊家长里短，逗逗邻居家里的小猫、小狗，和邻居家的小孩做做游戏；时不时地打扫一下庭院，清理清理楼道；热情友善地对待杂货铺的售货员以及菜市场的售货员……这些都是发展客户的前提准备。

当然，有时候自己免不了受到拒绝，但是不必感到难为情，因为人都是重感情的，哪怕是拒绝，对方也许会委婉一些。

（3）链式反应寻找客户单凭一个人的力量，有时候很难快速有效地找到客户。

但如果能以链式反应的方式去开拓客户，效果肯定要好多。

什么是链式反应？

其实，它要达到的目的就是一个介绍两个，两个介绍四个，四个再介绍八个，如此无限地几何增长，客户就会爆炸式地增加。

很多成功的保险推销员，就是靠这个办法，得到了源源不断的客户。

当然，想做好链式反应找寻客户，那也不是一件容易的事情，关键要看自己的工作是否做到了家。

首先，要服务好现有的客户。

如果连眼前的客户都因为你的服务质量差而远离你，别的客户怎会链式地向你靠近。

所以，关键是服务好现有的客户，使他们形成雪球的核心，在雪球离心力的牵引下，这个雪球定会越滚越大，从而形成客户的链式增长。

（4）中小型社团寻找客户李辉是个性格外向、活泼好动的广州保险推销员，不仅在体育上有天赋，交谊舞也跳得颇好。

后来，李辉发现咨询展业方式限制了自己的交际范围，使自己陷入较为被动的状态。

于是他开始留心各种交谊舞培训班，以此作为拓展业务的突破口。

培训班正式开课后，李辉用了仅仅两天的时间，便轻松掌握了所有的舞蹈。

于是他主动向老师请求辅导各位学员，从而成了那个班的中心人物。

学成而归，情谊还在，李辉时不时邀请学员们出来，或跳舞，或聚会，一来二往，40多名学员就有32位成了他的客户，让他的事业重新爬到顶峰。

<<保险推销员心理学读本>>

媒体关注与评论

保险推销的成功不是用你一生所取得的地位来衡量的。
而是用你克服的障碍来衡量的。

——弗兰克·贝特格沟通，首先是面对自己。

如果你连自己都沟通不良。

那么怎能奢谈和陌生人沟通。

——雷蒙·A·施莱辛斯基在推销队伍中，顶尖高手与一般人的最大区别，就在于“想要”还是“一定要”。

世界上最伟大的推销员决定的事总是非成不可，而一般人只是想想而已，这正是他们之间成与败的最大分野所在。

——原-平为了赚钱而鼓励顾客多买商品，那你只是一个沿街叫卖的小贩，为顾客的利益而宣传商品，那你已是一个推销的行家。

——齐格·齐格勒要想成功地推销自己的产品，首先要学会推销你自己。

无论我们现在从事何种职业，无论我们身居何位，其实我们每个人都在从事着一种职业——推销，我们无时不在推销着一种世界上最伟大的产品——你自己！

——乔·吉拉德

<<保险推销员心理学读本>>

编辑推荐

《保险推销员心理学读本》：轻松掌握心理学战术，成就保险推销员之梦。

<<保险推销员心理学读本>>

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>