

第三章

寿险推销技巧

■ 学习目标与本章重点

- 掌握基本的寿险销售话术。
- 懂得如何运用专业的技巧和方法面对顾客拒绝。
- 深入了解产品说明会的流程及意义。

■ 关键术语

推销技巧 销售话术 拒绝话术 产品说明会

第一节 销售话术

在专业化推销流程的各个环节中,每个环节都不同程度地需要营销人员与客户进行交流,有时很多营销人员会和客户产生言语冲突,这是因为营销人员没有掌握专业的销售话术。专业的销售话术贯穿于保险营销的整个过程,下面我们从几个典型的环节与场景介绍营销人员和客户交流的技巧与方法。

一、主顾开拓

如何寻找准客户是寿险营销的第一步,因而从哪里寻找客源,发掘潜在的客户,有效获取准客户的资料和信息是非常重要的。为此,寻找客户的方法作为主顾开拓的核心内容需要更多的营销人员熟练掌握。

(一) 缘故法话术

以下是一段缘故法开门参考话术:

加林,像保险这么好的东西,连陌生人我都可以为他们提供周到的服务,更何况我们这么深(多年)的交情了。如果我没有把这么好的东西提供给你参考的话,到时候你怪我,我会觉得很对不起你,至于你今天要不要买,可以听我说完后,由你自己做决定,你看(导入说明计划书)……

注意:虽然缘故法一般接触的都是熟人或亲友,但作为保险营销员,在保险营销的过程中,必须端正自己的工作态度,严格遵守职业操守,不能因为对方是自己的亲友而表现得很随意。必要的礼貌、尊重能让对方对我们的言辞更加重视,这样才能保证保险营销员在营销过程中不会因为过于懒散而失去重要的准客户。

（二）介绍法话术

1. 介绍法开门参考话术

张总,您好!我是刘志宏董事长的朋友,我叫×××,志宏经常在我面前提起您,说您很愿意交朋友(为人很豪爽、做得很成功),我今天路过这里,特意上来看您。

听志宏说您最近刚升职(结婚、买房、做爸爸)是吗?恭喜恭喜!

前段时间我刚给志宏做了一份很不错的理财方案,他觉得很满意,他认为您一定也很合适,想让我有机会向您介绍一下。

2. 转介绍参考话术

陈先生,首先感谢您对我公司的支持及对我的肯定。其次还有一件事麻烦您,您觉得我的服务还可以吧?像您这样事业成功、收入高、人缘好、受人尊敬的人,肯定有很多像您一样成功的朋友,陈先生是否可以提供两三个名单给我,好让我提供这样的服务给他们好吗?

注意:介绍法和缘故法相同的地方在于接触对象均为营销人员自己周围的亲朋好友,因而在交谈中都要注意保持谈话的严肃性,不同的是介绍法的目的在于借助朋友的社交关系,来扩大营销人员的准客户群,所以在对话中要以对方的意愿为主,不能强迫对方接受。

（三）陌生拜访法话术

陌生拜访法的接触方法有很多,可以通过对话让对方消除戒心,给自己机会把保险内容阐述给对方;还可以直接切入主题;抑或找寻卖点,引发对方的兴趣。下面分别举例说明。

1. 消除戒心

××您好,我是××保险区域服务专员×××。我正在作保单售后服务品质调查,请问您现在拥有的保单售后服务做得好不好?

如果对方的回答是“好”,那就说:

您的观念很好,能够挑选这么优秀的代理人。

您的保单金额一定很高,大概有100万元吧!

您的保障一定很完整,就像下面这样。

——寿险100万元;

——意外险××万元;

——医疗险××万元;

——而且先生(太太、儿子、女儿、爸爸、妈妈)都有投保,各买一张保单。

如果对方的回答是“不好”,那就说:

不会吧!通常代理人设计的保单与服务应该都很完整,可以让我看一下您的保险内容吗?

您的保单的售后服务应该包括以下几种。

——海外急难救助卡;

——保户优惠卡;

——保险资讯。

2. 直接切入

您好,这里有一份资料供您参考,每天只要100元就可以拥有下列保障……

您好,送您一份资料给您参考(停顿一下,观察表情),我跟您说明一下,您比较容易了解,每天要……

××您好,我是××保险公司寿险顾问×××,正在此地做巡回服务,请问您现在买的是哪一家保险公司的保险?

如果对方回答某家公司,可参照上例回应。

如果对方回答“不干你的事”,那就说:

对不起、对不起,打扰您了!这一份资料留在这边,请您参考,如果您有需要的话,请您跟我联络,我再来拜访……

3. 找寻卖点,引发兴趣

我是××保险公司寿险顾问×××,请问您有没有买过……

——人身意外险;

——还本型重疾保险;

——子女教育年金保险。

请问你们公司有没有买……

——团体保险;

——员工退休保险。

资料来源:保险四库全书项目组.产品说明会工程[M].北京:中国经济出版社,2006.

二、信函接触

以下是四则信函接触。

小金:

你好!

有很长时间没有见面了,前些时候从王冰那儿得知你乔迁未久,不知是否一切安排妥当了,若有什么我可以帮得上忙的,尽管开口,别客气。

不知道王冰可曾向你提起,目前我在保险公司上班,相信你在报纸上必定也接收过许多保险信息,我目前做得还不错,以后你有任何有关保险的问题,都可以随时打电话给我,我一定仔细为你解答任何问题。

目前我公司有一种非常好的理财计划,很多朋友经过我的推荐,都觉得很不错,我也一直希望有机会向你做介绍。下周三晚上,我会到你新居,如果你有兴趣,到时我在向你说明这个计划,当然我没有要你马上买的意思,只是提供给你做参考。恭祝:

快乐,顺利!

×××

××××年××月××日

尊敬的刘先生:

您好!

我是××人寿的×××,您的好友陈先生经常提起您的大名,并建议我应该前来拜

访您。

我公司最近推出了一种寿险计划,许多与您背景相似的人认为极有价值,相信您也会有兴趣。

这份计划是否适合您,只要您抽出十分钟时间听我说明,即可亲自加以判断。近日内我将前来拜访,届时请惠于接见。

顺祝万事如意!

×××敬上

××××年××月××日

表哥(姐):

您好!

我在××保险公司服务一段时间了,这些日子以来受您许多的照顾,真是十分感谢!

今天您能够接受这份“家庭风险管理计划”,对我而言更是最佳的鼓励。表哥(姐),您平常为人很成功,人缘也广,尤其愿意提携后进。可否请您帮个忙,替我想一想在您的朋友当中有谁像您这样有爱心,深具责任感的,让我认识;或者有哪几位跟您一样需要这份“家庭风险管理计划”,让我知道。

表哥(姐),请您放心,我绝不会勉强您的朋友一定要购买这份保险,就像我没有勉强您一样,他给我 30 分钟,我给他一个值得交的朋友。麻烦您帮我写封介绍函好吗?

×××

××××年××月××日

表哥(姐):

您好!

我在保险公司接受了训练,也通过了国家考试,目前在寿险公司上班。在这次训练中,我学会了一套家庭风险管理计划,非常受用。而在我们众多亲朋好友当中,就属您最有远见,最能够接受新的概念,我好想与您一起分享。不过表哥(姐)您千万不要因为我在卖寿险保单就跟我买保险,这样您会觉得浪费钱,而我也会有很大的压力,因为这是人情保单,我也没有什么成就感。

我希望您听一听,顺便可以多了解一些常识;而我讲一讲,也可以多增长一些本事。因为我多讲了一次,就会更加熟练一次,如有不对的地方,您也可以指点我一下。如果听完之后,您觉得不错,可以投资,我也会给您最满意的服务;如果您不满意,那也没关系,我会把您的意见带回公司研究,直到您满意为止。

总归一句话:“买卖不成仁义在。”因为陌生人绝不会给我这个机会。不论您买不买,我都非常感谢您。我最多请您想一想,在您的朋友当中有谁适合这份保险计划,能介绍给我,让我去跟他分享吗?当然我会顾及您的情面,善待您的朋友,绝不会勉强他购买,这样您能接受吗?

×××

××××年××月××日

三、电话约访

电话是人与人之间沟通最方便、最省时、最便宜的工具,一般而言不论任何时间、地点、天气,电话都能通过声音来传达彼此的信息。现在,运用电话来达到销售的目的,已经广为人们所接受,而且成为一门专门的学问。但要让电话的使用达到一定的效果,就必须接受必要的训练与实际的演练,这样才能使接到电话的一方乐于与您交谈。总之,电话沟通是现代人所必备的常识,而电话行销的技巧则是销售的利器。

电话约访要点(ICIP)如下:

- ① Introduce(自我介绍)——公司、自己、介绍人;
- ② Compliment(简单赞美)——“暖身运动”;
- ③ Interest(引起兴趣)——善用介绍人力量;
- ④ Purpose(约访目的)——取得见面机会。

电话约访的接触要领在于第一问好,表明身份;第二提出介绍人;第三是对对方的赞美;第四表明来意;第五利用二择一法敲定时间。

接触要领范例:

——冯先生您好,打扰您几分钟时间。我是××保险公司的寿险顾问,我姓×。

——是您的朋友王××先生介绍我的。王先生您认识吗?

——王先生告诉我,您为人很热心,事业也做得很成功,所以特地要我打电话向您问候。

——上星期我为王先生办了一份全家医疗保障计划,他个人觉得很有保障利益,依冯先生您目前的情况也很合适参加这份计划,所以要我打电话希望跟您约个时间,来为您解说这份计划的内容。

——不知道冯先生,您是明天上午十点还是下午两点比较方便?

四、开门话术

现如今,子女教育的重要性越来越突出,大多家长都抱着望子成龙、望女成凤的期盼。然而社会竞争如此紧张,如何让子女赢在人生的起跑线上,是现在父母都必修的课程。因此,这也是子女教育年金出现的必然原因之一。

话术范例如下。

营销员:爱子女吗?

客户:当然爱啊!

营销员:有多爱?

客户:就是每天为他们奔波啊!

营销员:您既然那么爱您的孩子,有没有帮您的小孩做前程规划?

客户:我希望在我的能力范围内尽量多赚钱。

营销员:那您希望他能接受最好的教育,而且不断地改善他的生活吗?

客户:是啊!

营销员:那在孩子没有经济能力时,您扮演怎么样的角色,印钞机、母鸡、大玩偶还有避风港。既然您知道您对于孩子而言那么重要,那如果发生意外让他(她)失去了依靠,使

教育中止,那时孩子的教育费、生活费怎么办?

客户:……

营销员:假定我现在有一个办法,使您对您的子女的承诺都能兑现,您愿意了解一下吗?方法是这样的,你们一家包括您的太太、您的小孩,如果你们三个人每天节省一点零钱,多存××元,这些钱是将来你们早晚都必须支付的,只是现在您把它存起来而已。而这样,会不会影响你们的生活?

客户:不会啊!

营销员:这样,既对您的子女有个承诺,而且可以节税,同时可以作为孩子以后长大的教育费和生活费,是不是很合适?

客户:是的。

营销员:成交!

资料来源:保险四库全书项目组.产品说明会工程[M].北京:中国经济出版社,2006.

五、接触面谈话术

接触面谈,指的就是保险营销员与客户面对面的沟通。当然首先是寒暄、问好、并进行自我介绍。面谈最主要的目的是通过你的观察力与话术技巧来搜集客户的资料或信息。在交谈中,营销人员与客户的对话以自然、流畅、具体为上乘。

在接触面谈的应对技巧中,需要我们重点掌握的是关于赞美以及客户资料搜集的话术。

(一) 赞美的艺术

人多半喜欢听人讲好话,但讲好话并不是一件容易的事,如果马屁拍到马腿上,后果可想而知。美言一句三冬暖!针对不同身份和地位的人,我们要有不同的赞美词,下面我们提供几则赞美词供大家参考。

1. 年轻人

(1) 您的眼睛(领带、发卡……)非常有个性(漂亮、新潮、高雅……),请问在哪里买的?我也去看看,买给我×××

(2) 您长得很英俊(美丽),一定有不少女(男)友吧?

(3) ××公司是一家大公司。您是年轻人,有潜力,肯吃苦耐劳,将来前途不可限量。

(4) 您真不简单,能考上人人羡慕的××公务员,以后若有相关问题,可否请教您这位专家?

(5) ××行业是一个很热门、有前途的行业,现在和将来大家都很好,您能从事这个行业很不错,有眼光。

(6) 先生您在哪儿高就?看起来一表人才,与众不同,想必在工作的领域上很得上司的器重。而且看起来学有专精,请教……

2. 父或夫

(1) 先生您结婚了吗?看您年纪轻轻,想必新婚不久?

(2) 实行计划生育,很不错!年轻夫妻为奠定事业基础和保证未来孩子有良好生活

而有计划,可见你们夫妻颇能规划自己的人生。

(3) 您已有一位×岁的小孩了!有子(女)万事足,身为人父想必很辛苦,也很兴奋、快乐,看您那份喜悦,想必您一定是一位好父亲。

(4) 看您的衣着很有品位,是嫂夫人帮您挑选的,还是自己挑选的?

3. 母或妻

(1) 李太太,您家里整理都那么干净、整齐,真是不简单。

(2) 您家的摆设很优雅,想必是经过一番精心设计,费了不少工夫。

(3) 您是位职业女性,要上班还要带孩子整理家事,家里还那么井然有序,真是不简单,您是如何安排的?我应该跟您多请教、学习。

(4) 张太太,大家都夸奖您先生是一位有事业心又顾家的人,您真是有福气,有这么一位好丈夫。

4. 长辈

(1) 世伯!与您接触、谈话感到很温馨,如获至宝,受益良多。

(2) 您看来很健康,有慈祥和蔼的脸庞,您的晚辈很有福气哦!

(3) 您的智慧、经验积累如宝藏,不知身为晚辈的我们可否挖宝、寻宝?

5. 企业主

(1) 杨老板!年纪轻轻,事业做得这么大又这么成功,有空请指导我们这些后进。

(2) 吴总!事业经营是一大项学问,请问是否有您的经营之道或座右铭让我学习?

(3) 贵公司上下一心、朝气蓬勃,全是您卓越领导的功劳。

(4) 徐董,跟您讨教您成功的经验谈。

(二) 客户资料搜集

通常我们可以通过言谈的技巧、轻松的对话来拉近彼此间的距离,以便能更深入地了解客户,并找寻适当的时机导入主题。

下面的话术有助于搜集客户基本资料、教育背景、工作背景等方面的资讯。

1. 基本资料

(1) 这名字意义真好,有无别名?

(2) 事业如此大,应该有英文名字吧!

(3) 看不出来您居然比我想象的更年轻,咱们这儿的男士都像您这样年轻吗?

(4) 您性情豪爽,结婚纪念日应该还记得!

(5) 你一直住在××吗?(是啊!住了十多年。)

(6) 您身材保养这么好,身高体重多少,好想向您请教养生之道。

2. 教育背景

(1) 您学识这么丰富,不知是哪个学校毕业的?

(2) 您多才多艺、学识丰富,不知在学校得过什么奖?

(3) 您工作这么勤奋,不知在学生时代是否工读过?

(4) 您人缘这么好,不知平时常与哪些同学联络?

3. 工作背景

(1) 工作经验史:谢先生,恭喜您在这么短的时间就升任总经理,令人佩服!可以

请问……

(2) 发展目标：叶董，您的企业经营得如此成功，员工如此有向心力，可否请教……

(3) 目前任职公司：王先生，像您这么优秀的人才，不知哪家公司有幸聘请您？

(4) 现职公司年资：您那么有经验，请问您在公司的年资？

资料来源：保险四库全书项目组. 产品说明会工程[M]. 北京：中国经济出版社，2006.

链接 3-1

寒 暄

(1) 寒暄的要点(ICI)

- Introduce 自我介绍(公司、自己、介绍人)
- Compliment 简单赞美
- Interest 引起兴趣

(2) 寒暄的方式

- 与客户聊天，聊出亲切感；
- 向对方表达支持性语言；
- 表达自己的专业形象，产生信赖。

(3) 表达支持性语言常用话术

- 当对方情况良好时，赞美他：真不简单……
例：你工作这么忙，还给小孩辅导功课，真不简单。
- 当对方情况普通时，肯定他：看得出来……
例：看得出来，你是一个很有爱心的人。
- 当对方情况不佳时，安慰他：那没关系……
例：那没关系，我知道你已经尽力了。

接触的要领：

- 建立与客户共同感；
- 消除准主顾的戒心；
- 善用问话，专心倾听，适时适度回馈；
- 推销自己；
- 避免争议性话题。

接触时的注意事项：

- 交浅言深；
- 言多必失；
- 衣着与相接触的客户相吻合；
- 不可不懂装懂；
- 热情、真诚。

结论：接触的过程中，推销的不是保险，而是你自己。

链接 3-2**说明时的注意事项**

- 最佳位置(感性空间);
- 多用笔来指引,少用手指,不要妨碍准客户看建议书的视线;
- 眼光随时移向准客户,以示尊重或便于询问对方问题;
- 说明时自己要投入;
- 掌握主控权;
- 谈费用时,要用便宜的暗示(化大感觉为小感觉);
- 让数字成为有意义的功能;
- 用展示资料、举例法、比喻法、图表来说明更生动;
- 话术生活化,简短扼要。

六、促成的话术

(一) 促成的时机

促成的时机在任一阶段都可能出现。

1. 客户行为态度有所改变时

- (1) 沉默思考时;
- (2) 明显赞同时;
- (3) 翻阅资料时;
- (4) 电视音响关小时;
- (5) 客户态度更加友善时。

2. 客户主动提出问题时

- (1) 询问交费方式时;
- (2) 询问投保内容时;
- (3) 询问别人购买情形时;
- (4) 讨价还价时。

(二) 促成的方法

- (1) 激将法;
- (2) 推定承诺法;
- (3) 二择一法;
- (4) “威胁法”;
- (5) “利诱法”;
- (6) 行动法。

(三) 促成三大关键

- (1) 100%的热诚——你今天就要拥有保单;

(2) 坚强的意念——我今天就一定要成交；

(3) 纯熟的技巧——平常心。

说该说的话，做该做的动作。

(四) 促成话术

当面谈、建议书说明或者促成阶段时，可以尝试着成交，也许许多营销人员心里有这样一个想法，就是：“您有什么理由不参加保险呢？”但毕竟这样的问法太直接，而且效果不佳。

因而我们必须使用一些话术，将彼此的注意力拉回到这个问题，最常用的话是：“……这不是很合理吗？”

例如：

(1) 为了使您的家人都能平安地生活，购买保险不是很合理的投资吗？

(2) 现在我们少吃一碗饭，来保证以后都有饭吃，不是一件很合理的事吗？

(3) 您发生困难，银行帮不了您，只有保险公司能帮您，难道购买保险不是一个规避风险的好方法吗？

第二节 销售拒绝处理

在保险营销的过程中，只有拒绝处理这一环节是最棘手、最复杂的。准客户的拒绝意味着营销员无法成功签单。对于营销员而言，不仅仅是业绩会受到影响，同时营销员的心理也会产生障碍，害怕被拒绝。因此，为了保证寿险营销过程的顺利进行，我们需要掌握正确的技巧来处理“顾客拒绝”。

一、顾客拒绝种类分析

第一类为自始至终都拒绝讨论你的建议。当我们逛街的时候，总会遇到被推销的情景，大多数时候我们都不假思索地拒绝。其实这只不过是一种习惯，是人们习惯性地对推销有抵触情绪。只要业务员参考此前我们学过的方法和技巧，方可成功。

第二类为反对所提计划的种种反对意见。其实从某种角度而言这种拒绝是好的。也许刚刚入行的业务员会因为顾客的种种反对意见而对顾客失去信心，但经验阅历丰富的业务员会明白，这种反对足以表明客户对你推销的产品有足够的兴趣。因为如果他不感兴趣，他不会去仔细听你说的话，因而只要业务员能灵活机智地解决客户的这些问题，一定可以将其变为自己的客户。

第三类为最重要的一种拒绝。即他对业务员所说的话表面上像是同意，但事后又以种种原因推诿，总是不肯买保险。

二、顾客拒绝原因分析

(1) 不愿做无所谓的支出：绝大多数消费者当需要用钱买东西时，必定衡量自己的预算，如果没有更大利益，总是习惯性地做出拒绝。