

<<保险营销实务>>

图书基本信息

书名：<<保险营销实务>>

13位ISBN编号：9787121111938

10位ISBN编号：7121111934

出版时间：2010-9

出版时间：电子工业出版社

作者：周灿，常伟 主编

页数：262

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>

<<保险营销实务>>

前言

作为普通本专科院校保险类、营销类专业教学和各大保险公司管理与技能培训的核心主干课程《保险营销实务》，一直以来，国内就有多个版本，不过，或者是理论非常充实而与保险营销实务关联不紧密，或者是过度强调操作层面而忽视基础理论体系的构建，真正能够紧密结合保险行业实际，理论够用且框架构建齐全，突出保险营销实务操作，体现任务驱动式教学与培训模式，采用项目式、模块式课程设计的教材却非常罕见，基于此，我们组织精干的师资力量，选取那些既具备丰富的教学经验，又在保险公司一线进行过较长时间挂职锻炼的优秀教师，以《保险营销实务》、《保险讲师与组训实务》和《保险促销与策划实务》三本教学或培训用教材的编写为突破口，力图建立起一个理论体系较为齐全、实务技能操作相对强化、内容涵盖有所创新的保险营销实务体系，为各高等院校和各大保险公司提供可资参考的实用教材。

本书的编著基础较为扎实。

保险职业学院早在2002年就开设了营销与策划（保险）专业，并于2007年入围湖南省职业教育“十一五”省级重点建设项目，2009年顺利通过省级精品专业检查验收，并在2009年底的省级专业建设评估中评为优秀等级。

作为我院的龙头精品专业建设项目，营销与策划（保险）专业在多年教学实践的经验上，进行了一系列的教研教改和教学创新，通过加大投入进行基础项目建设、积极推动师资队伍结构优化、加强学生职业技能培养力度、进一步推进产学研结合等措施，真正实现了理论与实务紧密结合、毕业生实现“零距离”上岗的人才培养目标，为我国保险行业培养和输送了大量高素质高技能的保险营销与策划类专业人才，并且成长起了一支具备较强实力的营销师资团队，拥有湖南省青年骨干教师培养对象两名：肖举萍教授（2007年）、周灿副教授（2008年），湖南省省级专业带头人一名：肖举萍教授（2008年），并且营销与策划专业教学团队于2008年评为湖南省高等职业教育省级教学团队（湘教通[2008]243号），“营销与策划（保险）”专业教学改革实践成果获得湖南省高等教育省级教学成果三等奖（湘教通〔2009〕151号），拥有湖南省职业教育“十一五”省级重点实习实训基地——保险实务实习实训基地（2007年）。

在上述教学、教研、教改成果的基础上，我们组织了周灿、常伟、张环宇、黄新爱、谢汀芬和包敏六位专业教师（其中周灿副教授是博士，其他五位均是研究生学历，所有编著者均有保险公司工作或挂职锻炼经历）编著《保险营销实务》，由吴金文教授和肖举萍教授主审，确保本教材具备内容完善、体系创新、突出实务、强化技能培养的特色。

<<保险营销实务>>

内容概要

本书共12章，包括认识保险营销、开展保险营销调研、分析保险营销环境、分析保险需求与购买者行为、如何进行保险竞争对手分析、如何进行保险目标市场决策、制定保险产品策略、制定保险营销渠道策略、制定保险产品定价策略、运用保险促销策略、做好保险客户服务与客户沟通、探索保险营销发展与创新。

本书体系完善，内容创新，突出实务，强化技能培养，可作为各高等院校和各大保险公司的实用教材。

<<保险营销实务>>

书籍目录

第1章 认识保险营销 1.1 认识营销与保险营销 1.2 了解保险营销的发展阶段 1.3 认知保险营销的主体、客体和对象 同步练习 案例分析 一张“保险身份证”可享多重服务 本章实训第2章 开展保险营销调研 2.1 认识保险营销调研 2.2 掌握保险营销调研的内容 2.3 学会保险营销调研的方法 2.4 进行保险营销预测 同步练习 案例分析 网络保险调查问卷 本章实训第3章 分析保险营销环境 3.1 认识保险营销环境 3.2 知悉保险营销环境分析的内容 3.3 掌握保险营销环境的分析方法和过程 同步练习 案例分析 保险公司争办客户节：比拼服务质量 本章实训第4章 分析保险需求与购买者行为 4.1 认识保险需求 4.2 知悉影响保险需求的因素 4.3 分析购买者行为 同步练习 案例分析 驼鹿与防毒面具 / 冠军的秘诀 本章实训第5章 如何进行保险竞争对手分析 5.1 了解保险竞争对手类型 5.2 分析保险竞争优势 5.3 掌握保险竞争策略 同步练习 案例分析 实施差异化战略提升保险公司竞争优势 本章实训第6章 如何进行保险目标市场决策 6.1 了解保险市场细分 6.2 确定保险目标市场 6.3 如何进行保险市场定位 同步练习 案例分析 保姆险保人又保财 本章实训第7章 制定保险产品策略 7.1 了解保险产品开发策略 7.2 掌握保险产品组合策略 7.3 知晓保险产品生命周期策略 同步练习 案例分析 年交十万收益百万：中国人寿“福禄双喜”热销商洛 本章实训第8章 制定保险营销渠道策略 8.1 认识保险营销渠道 8.2 认知保险营销渠道的类型 8.3 分析营销渠道利弊 8.4 选择保险营销渠道 同步练习 案例分析 电话营销保险稳定增长 本章实训第9章 制定保险产品定价策略 9.1 认识保险产品的定价 9.2 分析保险产品定价的影响因素 9.3 运用保险产品的定价策略 同步练习 案例分析 如何看待交强险的盈与亏 本章实训第10章 运用保险促销策略 10.1 认识保险促销与保险组合促销策略 10.2 如何运用保险广告策略 10.3 如何运用保险人员推销策略 10.4 如何运用保险公关策略 10.5 如何运用保险营业推广策略 同步练习 案例分析 高端客户“富人险”热销 本章实训第11章 做好保险客户服务与客户沟通 11.1 了解准保险客户的开发 11.2 认识保险客户服务的内容 11.3 进行有效的保险客户沟通 同步练习 案例分析 以诚相待，耐心等待 本章实训第12章 探索保险营销发展与创新 12.1 了解保险网络营销 12.2 认识保险电话营销 12.3 了解保险整合营销 12.4 了解保险数据库营销 12.5 了解保险手机营销 12.6 了解保险电视营销 同步练习 案例分析 有关保险电话营销的“声声入耳” 本章实训参考文献

章节摘录

1.保险营销的起点是投保人的需求 人从出生后就有各种各样的需求，马斯洛的需求层次理论为我们阐明了人类的需求要素与需求层次、需求取向，在人们满足了基本的生存需求后，就有了对安全的需求，而保险，正是为了满足人类在社会工作与生活中所产生的对各种风险的恐惧和对人身与财产安全的寻求这样一种心理需求而产生的。

离开了这种需求，保险产品就失去了其存在的意义。

只有牢牢把握住风险保障这一保险本质，保险产品和保险营销才有其生存和发展的空间与意义。

2.保险营销的核心是社会交往活动 保险营销活动离不开市场交易活动，它是以保险产品为交易对象，以保险市场交易活动为中心的一系列实现保险公司目标的管理行为，所以保险营销要能顺利实现，其核心是在能够提供满足保险客户需求的保险产品的基础上，在公平合理的交易原则下进行市场交易，从而实现保险产品和保险费的成功交换与转移。

而保险产品的销售过程，往往是通过保险营销人员的社会交往活动来实现准客户的发现、客户需求挖掘及投保单的填报、核保、承保、保全、理赔、续保等保险产品的营销活动，包括为实现保险营销团队的扩展而进行的增员、甄选、留存等。

这些都离不开社会交往，所以有效沟通的技巧贯穿保险营销的所有环节。

<<保险营销实务>>

编辑推荐

强化实务。

在最大程度上反映当前我国保险业界真实而具体的现实,以使学生或读者真切地了解保险业界正在发生的事情。

突出任务驱动、项目式教学的指导思想,让学生在理论够用的基础上。

通过各种实训与案例研讨实作来掌握操作技能。

课证融合。

以有关保险职业资格证书的考试大纲为纲组织编写,使课证融合落到实处。

案例丰富。

以案例教学为主线或主导教学方法。

加强教材的实用性、灵活性和趣味性。

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>