

<<保险营销技巧>>

图书基本信息

书名：<<保险营销技巧>>

13位ISBN编号：9787302165583

10位ISBN编号：7302165580

出版时间：2008-3

出版时间：清华大学出版社

作者：吴跃 等编著

页数：172

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>

<<保险营销技巧>>

内容概要

据《2006年保险中介市场发展报告》显示，2006年保险营销员共实现人身保险保费收入2226.5亿元，占总保费收入的54.83%，保险营销在保险行业中发挥的作用越来越大。

要从事保险营销事业，就必须首先学习和掌握保险营销技巧。

本书内容包括：保险营销概述、保险产品、开展保险营销前的准备工作、准客户开拓、客户的需求分析、制作保险计划书、保险促成、售后服务、现代营销员的营销禁忌和保险营销流程。

本书既可作为中职中专院校保险营销专业的教材，也可作为保险公司从业人员的培训教材和自学者的参考读物。

<<保险营销技巧>>

书籍目录

第一章 保险营销概述 第一节 保险营销的基本知识 一、保险营销的概念 二、保险营销的特点 第二节 保险营销理念 一、保险公司营销理念的发展与演变 二、保险公司的现代营销理念及未来营销理念展望 第三节 保险营销的主体、客体及对象 一、保险营销的主体 二、保险营销的客体——保险产品 三、保险营销的对象——顾客第二章 保险产品 第一节 保险产品的一般分类 一、按照保险实施的方式分类 二、按照保险标的分类 三、按照保险的性质分类 第二节 财产保险 一、企业财产保险 二、家庭财产保险 三、货物运输保险 四、运输工具保险 五、工程保险 六、信用保险和保证保险 七、责任保险 八、农业保险 第三节 人身保险 一、人身保险的界定 二、人身保险的分类 三、人寿保险 四、人身意外伤害保险 五、健康保险第三章 开展保险营销前的准备工作 第一节 心理、形象与礼仪的准备 一、保险营销员必备的心理素质 二、合格营销员的仪容仪表 三、必备的基本礼仪知识 第二节 基础知识准备 一、保险及各种金融知识准备 二、人文知识与时事知识准备 三、其他必备知识准备 第三节 合理制订营销目标和统筹制订营销计划 一、合理制订营销目标和计划 二、科学的时间管理第四章 准客户开拓 第一节 准客户开拓的方法 一、准客户的概念及分类 二、个人准客户的开拓方法 三、团体准客户的开拓方法 第二节 准客户开拓的技巧 一、咨询 二、电话 三、信函 四、陌生拜访 五、转介绍 六、网络等其他准客户开拓技巧 七、团体准客户开拓 第三节 准客户的拜访技巧 一、优先访问对象的选择 二、制订拜访计划 三、良好的第一印象 四、创造再次拜访机会的技巧 第四节 拜访准客户的目的 一、搜集客户资料 二、了解客户的资产状况 三、帮助准客户发现保险需求 第五节 课堂场景练习 一、电话约访练习 二、搜集客户资料第五章 客户的需求分析 第一节 保险的重要性 一、保障 二、保险三优势 三、理财 四、企业买保险的优势 第二节 客户的需求分析 一、目的 二、方法 三、引导客户发现自己的需求第六章 制作保险计划书 第一节 保险计划书的制作要点 一、制作保险计划书的目的 二、设计保险计划书的原则 三、保险计划书的内容 第二节 制作保险计划书 一、制订保险计划 二、人生各个阶段的保险规划 三、险种组合 四、保险计划案例演示 第三节 保险计划书的说明技巧 一、对保险计划书进行说明的目的 二、说明的具体步骤 三、说明的技巧 第四节 课堂场景练习 一、练习目的 二、练习要求 三、练习结果第七章 保险促成 第一节 促成的原则和要领 一、促成的原则 二、促成的要领 三、影响促成的三个因素 第二节 促成的方法和技巧 一、正确启发客户 二、促成的方法 三、促成的技巧 第三节 促成时的注意事项 一、合适的位置 二、事先准备充分 三、充分让客户参与 四、制造一对一的促成环境 五、建立下一步联系 第四节 怎样避免客户反悔 一、不要紧张 二、不讲多余的话 三、避免喜形于色 四、适时退出 第五节 促成过程中的禁忌 一、制造问题 二、急躁 三、计划不周全 四、减价 第六节 课堂场景练习第八章 售后服务 第一节 售后服务的重要性 一、售后服务的作用 二、售后服务的目的 三、售后服务的核心 四、售后服务的价值 五、售后服务的意义 第二节 售后服务的原则和功能 一、售后服务的原则 二、售后服务的功能 第三节 售后服务的方法和技巧 一、理赔的服务方法 二、与客户保持联络的方法和技巧 三、接受咨询 四、对体检、拒保、加费的客户的服务 五、其他售后服务 六、预防客户失望 七、创造独特的服务第九章 现代营销员的营销禁忌 第一节 掌控情绪与交流环境 一、控制好愤怒的情绪 二、掌控良好的交流环境 第二节 不诚信和强迫推销 一、不诚信推销 二、强迫推销 第三节 其他禁忌 一、工作不规范 二、相互抢单 三、自己设置陷阱 四、生搬硬套第十章 保险营销流程 第一节 营销基本流程 第二节 营销基本技能 一、基本规则 二、一般填写规则 三、投保单的填写 四、转账授权书的填写 五、投保提示的填写 六、业务员报告书的填写附录一 国务院关于完善企业职工基本养老保险制度的决定附录二 北京市基本养老保险规定

章节摘录

第一章 保险营销概述 学习目标 掌握保险营销的基本知识、概念及特点。
理解保险营销的理念，并能正确区分保险营销的主、客体和营销对象。

技能要求 1.掌握本章要注的相关知识点，如保险管营销的概念、特点、理念等，并能正确区分保险营销的主体、客体和营销对象的区别，注意要点。

2.尝试运用所学的相关知识点，独立思考和分析实际生活中的案例。

实例1.1 一封信促成一批保单 前段时间，陈红到北京参加全国代理人高峰会。

一天，她意外地在自己的床头发现了一封来自公司总经理的感谢信，字里行间都充满着公司的高层对员工的关怀和谢意，陈红捧着这封“沉甸甸”的信，激动万分，顿时有种温暖感、踏实感涌上心头，她觉得自己的心跟公司贴得更近了。

陈红不喜欢将好事独自享受，她当时就决定要将这份喜悦和激动与她的客户分享。

回到上海，她立即给她一个老客户——某公司的总经理去了电话，决定去拜访他。她兴致勃勃地怀揣着这份珍贵的信去了那位客户的办公室，当看到户看完信、露出会心的笑容时，她觉利客户与她有了心的交流，对她来说这是多么幸福的一刻。

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>