



组经理

入司时间：2014年9月

入司学历：大专

2015年2季度以**三明新人期交第1名**参加总公司个险新人成功创富系列培训

2015年3季度以**三明新人增员第1名**参加总公司个险新人成功创富系列培训

2015年7月参加第12届中国保险精英圆桌大会

2015年7月晋升为组经理，团队在册人力25人

2015年健康险销售数据展示

险种	总件数	总保费	件均保费
 终身重疾2012	19	44820	2358.9
国寿防癌疾病保险	18	23523	1306.8
长久呵护住院费用补偿医疗	23	4585	199.3
合计		72928	3865

2015年康宁终身销售件数三明公司排名第一
5  终身销售件数三明公司排名第一
销售特点：康宁终身+防癌险+附加住院组合销售

我为健康保险代言

——中国人寿三明分公司

萃取师：李燕芳

被萃者：罗红玲

主要客户群体

- 女性：30岁-40岁
- 文化层次：高中以上文化，中高收入
(自己有工作或在家族企业做事，或者自己做生意)
- 客户来源：与自己有商业往来或转介绍
(个体工商户居多，有社保，无商业保险，觉得有人聊保险很新鲜)



主要沟通过程

了解客户
感性资料

PART 1

了解客户
理性资料

PART 2

我毕业后
工作选择
(讲自己)

PART 3

组合险种
销售沟通

PART 4

PART 1

了解客户感性资料

- **女性客户关心的话题：**
 - 1.子女教育——是否有送孩子参加什么兴趣班？
 - 2.健康饮食——烘焙DIY、厨艺
 - 3.休闲生活——闲时喝下午茶、咖啡、健身、瑜伽
- **沟通目的：**
 - 1.用感性方式交流，容易拉近距离，沟通无障碍
 - 2.了解对方的生活习惯，投其所好，为下一次拜访作准备

PART 2

了解客户理性资料 (1/3)

- **沟通方式:**
 - 根据相同爱好组织认识但不熟络的客户成为姐妹团，一起约活动，四人一组
- **沟通场所:**
 - 咖啡馆：花费200元以内
 - 美容院：花费500元以内
 - 健身馆：花费300元以内

PART 2

了解客户理性资料 (2/3)

- **沟通目的:**
- **1.放松的环境，与客户进一步交流**
- 现在生意都不好做，你们公司效益如何？
- 客户往往回答很笼统
- 不追问，了解客户对房地产、储蓄、股票、保险等不同理财方式的了解程度

了解客户理性资料 (3/3)

- **沟通目的：**
- **2.了解对方的家庭保障情况（被保险人定位：老公）**
- **男人是家里的顶梁柱，站着是印钞机，哪天真有什么事，老婆孩子怎么办？**
- **客户：确实是，保障还是要，那你们公司有没有什么保险介绍一下**
- **我回去帮你看一下，怎么设计保障比较全面**
- **注意：客户这个时候很有可能会追问适合的险种，对方再怎么要求，都不能在这个时候介绍保险，并不是现场所有人都迫切想要了解保险**

我毕业后工作选择--讲自己 (1/3)

- 1.毕业后的三份工作 (我是怎么走进保险行业的)
- 第一份工作：外贸公司职员
- 第二份工作：和爱人一起创业做建材
- 第三份工作：保险公司业务员
- 沟通目的：让客户认同我的职业选择，我选择保险业的前因后果，这个选择是经过慎重决定的

我毕业后工作选择--讲自己 (2/3)

- **2.做保险之后的感受**
 - (1) 保险业务员并不如我们想象中的那么被排斥
 - (2) 现在的生活压力大，食品又不卫生，疾病的发生率高
 - 例子：小姑子的公公生病
- 沟通目的：让客户产生危机意识，客户此时往往很有感触，也会说她身边发生的事

- **3.做保险之后的收获**
 - (1) 主动学习，客户多样化
 - (2) 保险是可以做一生的事业
- 沟通目的：让客户认可我的专业素养，放心在我这购买保险，我不会做一阵子就走掉

PART4

组合险种销售 (1/12)

- **前提：**在拜访前根据对方的家庭收入情况提前设计好保费（比客户预算的多30%），都背下来，到现场在客户面前一条一条列出来，**边说边写**的效果最好
- 30周岁，男性
- 1.康宁终身：10万，保费3150元
- 2.防癌险：10万，保费1850元
- 3.附加住院：1万，保费250元
- 合计：年交保费5250元

写完后，逐条介绍

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/207023015110006110>