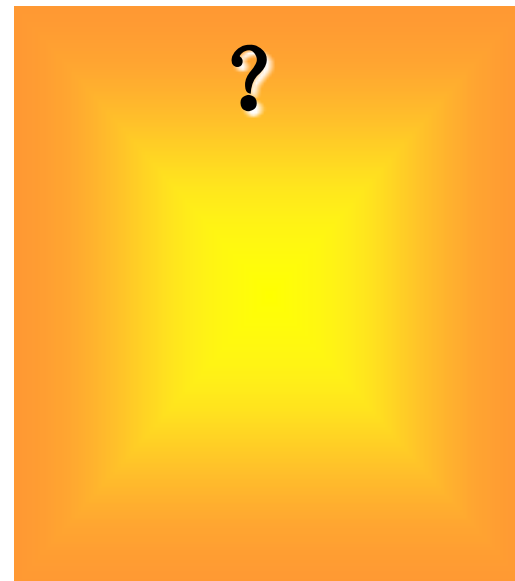




销售潜能与销售技巧

前言

- 事实：
 - 客户的购买决定，既是选择公司、也是选择商品，但——更是选择业务员。
- 为什么有些业务员更容易被客户所接受呢？明星与普通人的差别到底在哪呢



哪些是会影响销售表现的事？ (业务员方面)

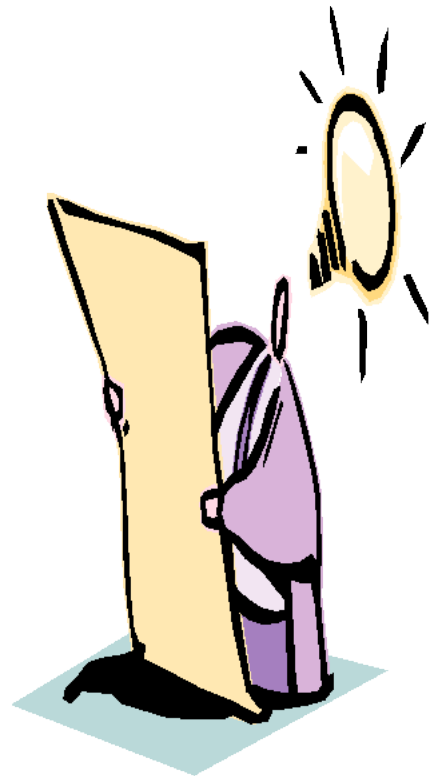
- 年龄
- 向客户建议投保的险种
- 性别
- 所缴保费
- 建议投保的对象是家庭的男主人或女主人
- 向客户建议投保的保额
- 公司的广告

答案：

以上都是“不会影响销售表现的事！”

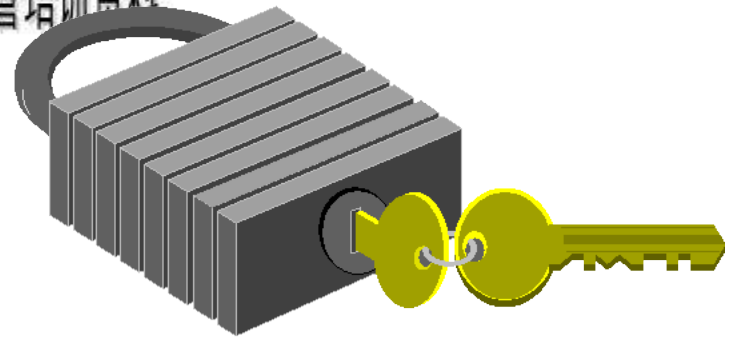
精品资料网 (<http://www.cnshu.cn>) 专业提供企管培训资料

只是“可以拿来**做借口**的事”。



真正的差异

- 真正的差异，并不常常是我们想当然认为的某些东西，而常常是大多数人并未注意到的那小小的动作！



- 找到了真正的差异之后，你会发现：“原来，我也行！”

“专业化”销售

- **专业：** 一件事情无论难易，总有它自身的规律，照此经营便是专业。
- **专业化：** 就是这种按照规律经营，已经成为了一种固定的流程或人们的一种习惯

精品资料网 (<http://www.cnshu.cn>) 专业提供企管培训资料

过去：计划经济 —— 商品短缺 —— 卖方市场 —— 无竞争者

精品资料网 (<http://www.cnshu.cn>) 专业提供企管培训资料

售货员

店员

营业员

服务员

现在：市场经济 —— 商品富余 —— 买方市场 —— 竞争激烈

销售员

推销员

营销员

行销员

要有专业化的销售的精神

- “精神”是人的信念、使命、追求的浓缩
- 专业销售的精神就是要
 - 建立对人寿保险的信念，全身心的投入
 - 要肩负起民族保险业发展的历史使命
 - 要对寿险事业怀有孜孜不倦的追求，有事业的责任感
 - 不断提高自己的业务技能，全心全意的为广大的客户服务。

一、主顾开拓的关键

1. 有能力判断出谁是容易接近的准客户。
因为客户总是先熟后买。
2. 即使只是 专心聆听准客户说话，也可以跟他们建立融洽关系。
3. 最好的准客户来源自 现有的客户档案。

精品资料网 (<http://www.cnshu.cn>) 专业提供企管培训资料



二、留下美好的第一印象

- 销售能不能成交往往取决于第一印象，所以业务员应特别注意自己的仪表

资料网 (<http://www.cnshu.cn>) 专业提供企管培训资料

• 事先预约

- 让准客户拒绝的最好方法，就是未事先预约直接找上门。
- 预约后的会谈比较有效。答应接见业务员谈寿险的客户，他们已经有购买的心理倾向，成交率也高。



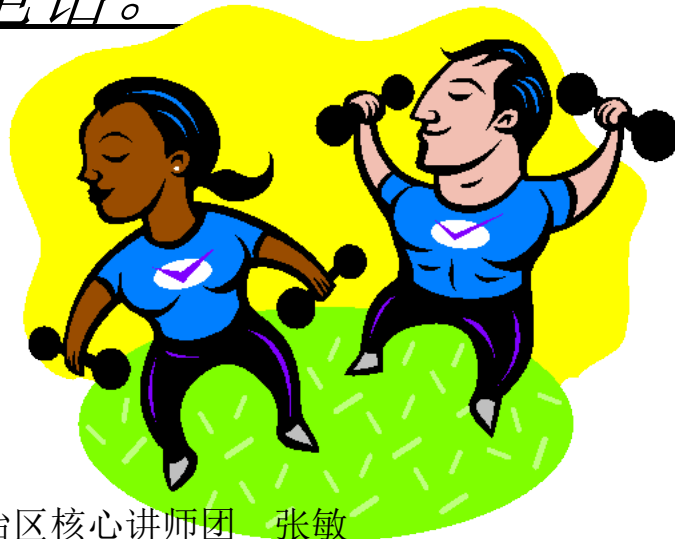
三、诚实自我介绍与巧妙的说明拜访目的

- 常识告诉你，不要随便称自己为顾问，即使用，也最好能在这些名称前加上“保险”两个字。
- 大方地表明：我现在是保险业务员，我今天来……

四、亲身接触与亲身接触结合

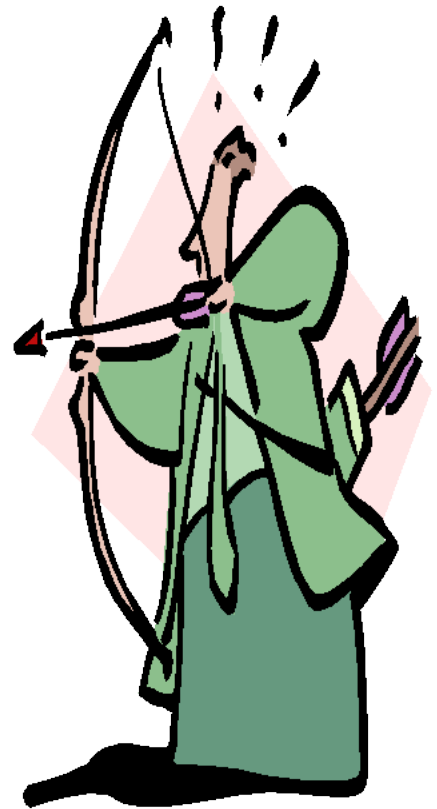
- 信函和电话拜访虽然已相当普遍，但最后购买的比率却较低，所以不能过度依赖他们。但绝对不能少
- 向客户面对面约访是比较有效的方法。在谈天说地时，偶尔谈起保险，不能见面时要学会经常寄一封信函或打一个电话。

精品资料网 (<http://www.cnshu.cn>) 专业提供企管培训资料



五、目标市场开拓

- **MDRT**顶尖会员的共同点，就是他们非常熟悉自己的商品和市场。他们成功的秘诀之一，就是在选定了一群有潜力的准客户群后，能专注于这个市场的开发。他们不但了解这些客户的需求，而且善于满足他们的需求。



六、请准客户的配偶、朋友一起参与面谈

- 研究调查证实，让准客户夫妇一起参与销售面谈，成交的机会比其中一方参与要来得高。
- 不要担心准客户和朋友一起参与面谈
 - 很不幸地，这个观念不是每个人都很了解。这也是为什么消费者很少会主动购买寿险的原因之一：人们在考虑购买保险时，都会找他们的朋友或家人一起参谋，从旁提供参考意见。

七、让准客户觉得花得钱很值得

- 在说明过程中提供“消费者指南”或“保单利益归纳表”，等于提供了准客户预期以外的服务，使他们留下更好的印象。
- 要确定客户了解他的保单利益。
- 提供服务：你必须当一位以服务为导向的业务员。



八、不要害怕同业竞争

- 真正的事实是：会比较不同公司的准客户，
比不作比较的准客户更可能购买保单。货比三家的，才是真正要买的



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/485140214040011131>