第一图书网, tushu007.com

<<保险营销一本通>>

图书基本信息

书名：<<保险营销一本通>>

13位ISBN编号：9787121150494

10位ISBN编号：7121150492

出版时间：2012-1

出版时间：电子工业出版社

作者：刘平

页数：276

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

内容概要

本书内容以真实的寿险公司营销运作为蓝本展开，介绍了保险营销体系和专业化推销流程这些重要内容，包括一系列行之有效的销售技巧；重点讲解了增员与组织发展这一保险营销的核心内容，介绍了专业化增员的流程与技巧，使读者能够切实掌握有效增员方法；同时介绍了基础管理体系和营销业务推动等重要内容。
本书语言轻松活泼，可作为保险公司的培训用书。

作者简介

刘平，教授，拥有清华大学和美国哥伦比亚大学双硕士学位，熟悉中外管理理论，并富有从基层到高层的管理实践经验，在多家大中型企业中担任过中高级管理职务。
刘教授承担过国家“八五”攻关项目和国家级火炬计划项目，在相关核心期刊发表文章30余万字，多篇文章被广泛转载。
刘平已出版《保险战争》等十余部著作和教材；是省级精品课《企业战略管理》和省级优秀教学团队负责人。
主要研究方向：企业战略、创业理论与实务、金融保险业发展战略。

第一图书网, tushu007.com

<<保险营销一本通>>

书籍目录

导论篇
第一章　保险营1销概论
第一节　保险营销
第二节　人寿保险营销
第三节　人寿保险营销的两轮驱动
第四节　保险公司营销战略
销售技巧篇
第二章　专业化推销流程
第一节　寻找客户
第二节　面谈签约
第三节　售后服务
第三章　人寿保险推销技巧
第一节　销售话术
第二节　销售拒绝处理
第三节　商品说明会
组织发展篇
第四章　增员与组织发展
第一节　组织发展概述
第二节　专业化增员流程
第三节　搭建合理的组织架构
第五章　增员技巧
第一节　增员话术
第二节　增员拒绝处理（话术）
第三节　创业说明会
营销管理篇
第六章　基础管理体系
第一节　早夕会经营
第二节　活动与活动工具管理
第三节　营销报表系统的建立
第七章　营销业务推动
第一节　保险营销策划
第二节　把握营销节奏
第三节　人寿保险营销五步推动法
第四节　训练与激励
附录A　保险公司竞争力排行榜
附录B　保险省市竞争力排行榜

章节摘录

有些主任个人业绩是个大问题，而组业绩却很好，那么就要把个人业绩列为关键指标之一。
因此，关键指标不是晋升条件的所有项目，而是那些可能影响晋升目标的重要项目，关键指标不是越多越好。
每个人、每个组情况可能都不同，要具体情况具体分析，关键指标要因人、因组而制定，这一点很重要。
关键任务是由关键指标确定的，是为实现关键指标服务的。
在个人业绩、组业绩、新增有效人力、育成组等众多关键任务中，提高新增有效人力是提高组业绩和增加育成组数的有效途径和手段。
对于自己直接增员较好多的，要把重点放在鼓励组员多增员上，对于自己增员较少的，首先要解决自己的直接增员问题。
在表7-3的月度任务分解中，只安排了两个最基本的指标：组业绩和新增有效人力。
前文已经讲过，做业绩是目的，增员是手段。
人寿保险营销的一般运作规律是每季度的前一两个月重点在增员，后一两个月重点在业绩。
在指标分解上，前一个月侧重增员，后一个月侧重业绩。
如果在具体安排中公司节奏有变化，应按实际节奏来考虑分解。
前程规划承诺书应每季制定一次，在本季一开始时制定（已知上季考核结果）。
（月度）任务达成表在每月结束时按实际完成的结果填写，如此可与计划进行有效对比，如有缺口，需要在后面进行弥补。
在任务分解表中看到的是各项的确保目标／力争目标；在任务达成表中看到的是实际达成的数量，此数量为组达成数／主管本人达成数。
给出确保和力争两个目标可以较好地解决目标过低或过高的问题。
目标过低不利于对人的潜能的调动和发挥；目标过高容易使人觉得可望而不可及，因此放弃追求。
关于确保目标和力争目标的确定，确保目标是一定要实现的目标，可以相对谨慎一些：力争目标可以定得相对高一些，给出了更高的努力方向。
一般结果应在确保目标和力争目标之间，鼓励挑战并实现力争目标，这是一种搭台阶实现更高目标的过程和方法。
2.行动纲领承诺书的运用　　行动纲领承诺书的首要作用是明确月收入目标，这是营销人员最关心的问题，也是最能激发营销人员行动的驱动力。
其次是根据收入模型和前程规划承诺书确定关键指标和关键任务。
最后将涉及关键任务的两项重要内容（组业绩目标和新增有效人力目标）根据当月营销运作的节奏和特点分解到每周。
由于每月截止日期不固定，因此第一周和最后一周可能多于7天，也可能少于7天，分解任务时也要考虑到此因素。
这里周划分的原则不是按照自然周，而是按人寿保险营销周，即从每周二至次周一，不仅要把周六和周日放在里面，而且要放在周计划结束前才，这样可被充分利用起来。
行动纲领承诺书每月制定一次，在每计划月开始的第一天制定。
周任务分解和周任务达成的关系类似月任务分解和月任务达成的关系。
每周结束时填写本周实际完成情况。
……

编辑推荐

入门知识的全面解读，趣味案例的解构剖析，助你成为保险行业精英。

第一图书网, tushu007.com

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