

<<保险营销>>

图书基本信息

书名：<<保险营销>>

13位ISBN编号：9787302273943

10位ISBN编号：7302273944

出版时间：2012-3

出版时间：清华大学出版社

作者：刘平，纪素芝，邵玉 编著

页数：288

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>>

内容概要

本书是第一本以真实的寿险公司营销运作为蓝本展开的保险营销学教材。在介绍了保险营销体系和专业化推销流程这些重要内容的基础上，重点讲解了增员和组织发展这一寿险营销的核心内容，同时介绍了基础管理体系和营销业务推动等重要内容。

本书既适合作为金融、保险类专业保险营销课程的教材，也适合作为保险公司营销员和主管培训的教材。

<<保险营销>>

书籍目录

第一篇 导论

第一章 保险营销概论

第一节 保险营销

一、保险营销的含义与特点

二、保险营销的基本原则

三、保险营销的基本要素

第二节 寿险营销

一、寿险营销的含义

二、寿险营销的特点

三、寿险营销的基本任务

四、寿险营销的流程

第三节 寿险营销的两轮驱动

第四节 保险公司营销战略

一、战略态势：保守VS激进

二、业务模式：专注VS多元

三、营销模式：精兵VS粗放

四、机构战略（机构布局）：局部VS全部

第二篇 销售技巧篇

第二章 专业化推销流程

第一节 寻找客户

一、计划与活动

二、保户开拓

三、接触前的准备

第二节 面谈签约

一、接触的技巧

二、说明的技巧

三、促成的技巧

第三节 售后服务

一、售后服务的概念、内容与作用

二、售后服务的方法和技巧

第三章 寿险推销技巧

第一节 销售话术

一、主顾开拓的方法

二、信函接触

三、电话约访

四、开门话术

五、接触面谈话术

六、促成的话术

第二节 销售拒绝处理

一、顾客拒绝种类分析

二、顾客拒绝原因分析

三、面对顾客拒绝的正确心态

四、处理顾客拒绝的技巧

第三节 产品说明会

一、产品说明会概述

<<保险营销>>

- 二、产品说明会的组织准备
- 三、产品说明会实施
- 四、产品说明会效果评估
- 第三篇 组织发展篇
- 第四章 增员与组织发展
- 第一节 组织发展概述
- 一、重要的增员概念
- 二、树立正确的组织发展观
- 三、强化增员与组织发展意愿
- 第二节 专业化增员流程
- 一、增员对象开拓的方法
- 二、接触合格对象
- 三、发掘增员点
- 四、面谈甄选
- 五、增员说明
- 第三节 搭建合理的组织架构
- 一、三种典型的畸形团队
- 二、理想的组织架构
- 三、一正一反两个实际团队的例子
- 四、如何搭建合理的组织架构
- 第五章 增员技巧
- 第一节 增员话术
- 一、收集名单话术
- 二、制造危机与增员动摇话术
- 三、怦然心动与切入行业说明话术
- 四、CLOSE话术
- 五、标准话术示范
- 六、增员话术案例集锦
- 七、各类信函集锦
- 第二节 增员拒绝处理（话术）
- 第三节 创业说明会
- 第四篇 营销管理篇
- 第六章 基础管理体系
- 第一节 早夕会经营
- 一、早夕会的重新定义
- 二、各层级早夕会的流程及重点内容
- 三、行销部早会标准流程
- 四、创新型早会
- 第二节 活动工具管理
- 一、活动管理
- 二、活动管理工具
- 第三节 会报系统的建立
- 第七章 营销业务推动
- 第一节 保险营销策划
- 一、保险营销策划的原则
- 二、保险营销策划的主要内容
- 第二节 把握营销节奏

<<保险营销>>

一、寿险营销三平台

二、把握营销的节奏

三、借力而行、借势而跃

第三节 寿险营销五步推动法

一、五步推动法的基本原理

二、五步推动法的具体运用

第四节 训练与激励

一、训练

二、辅导

三、陪同展业

四、激励

参考文献

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

<<保险营销>>

章节摘录

四、创新型早会 早会是营销将士们新一轮销售战斗的开始，也是营业部经营管理的重心。对每一天的早会，我们都充满着期待，期待获得更有价值的资讯，期待更具实效的辅导，期待更鼓舞人心的激励！

同时，也期待着更丰富多彩的早会形式，以改变一人主讲众人旁听的基本模式。

当我们已经昂首在21世纪的竞争大道上迅跑的时候，当我们身边的事物都在日新月异地发生着变化的时候，我们每天都在开的早会，是不是也可以有一些新的样式呢？

1.网上的早会 准备：笔记本电脑一台，邀请会上网操作的主持人一名。

操作：主持人将笔记本电脑放在讲台上打开并上网，然后开始看精彩网事，聊天下大事，把最新最近的网上相关消息及公司网上的内容介绍给全体业务同仁。

网上早会宜每周一次，主持人要事先做好相关内容的准备，做到既关注专业，又涉及轻松话题。

评注：随着网络信息技术的日益发展，，网上新闻、咨询、交易、购物的日益普及，尤其是公司网站的顺利开通，令我们的网上早会也日益凸显出它的必要性。

网上早会令我们耳目一新，它的信息量更大、更及时、更有效，并可以藉此普及计算机知识，培养一批新一代的营销专业人员。

2.电话早会 准备：带免提电话机一部，扩音设备，记录人员。

提前在各层级业务员中搜集一些难度大的问题，或有争议问题。

操作：选出一名表述能力好的业务员或经理亲自操刀。

用准备好的电话，向总公司电话中心咨询搜集来的问题，要求会场绝对安静，业务员要做好记录。一般时间在20~25分钟。

然后进行消化和讨论，同时要求业务员熟记并用到工作中，切记要定期反馈。

评注：平安保险有三张网，即天网、地网、人网，组成了独一无二的营销网络，随时都能帮客户和业务员解决各式各样的问题。

而且电话中心的接线员都是经过专业训练的，对政策性的问题、投保规则、条款、话术等有着准确的回答（平安保险在宁波设立的电话中心共花费大约4亿元人民币）。

3.记者招待会式的早会 准备：选定一个当前的热门险种或受关注的话题，一位主持人，一至两位有相关能力的发言人，并在讲台前布置一长桌。

.....

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>