

<<保险销售心理与销售技巧>>

图书基本信息

书名：<<保险销售心理与销售技巧>>

13位ISBN编号：9787562824695

10位ISBN编号：756282469X

出版时间：2009-2

出版时间：华东理工大学出版社

作者：胡娟

页数：183

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>

## <<保险销售心理与销售技巧>>

### 前言

本书是作者继《保险心理学》后的第二本有关保险心理学研究的教材。

《保险心理学》的出版，创立了我国保险心理学的研究体系，该书把保险学和心理学的研究有机地结合起来，从心理学的角度研究保险领域的管理、销售和消费行为并为其提供了理论与实践基础；也开创了将心理学的研究分析方法引入保险学研究领域的先河。

而《保险销售心理与销售技巧》一书的出版则是对保险心理学研究体系的发展和完善，必将对我国保险领域的管理、销售和消费的研究起积极的推动和促进作用，也将对我国保险业的发展起无法替代的积极作用。

由于保险领域的任何一个环节都离不开人的心理，所以对该领域的任何研究从心理的角度出发都能收到良好的效果。

本书由保险营销员的自我心理、保险消费者心理、保险销售过程中的心理和保险营销员的最佳销售方式四篇组成。

每篇均有讨论题与案例分析，可以启发阅读者的发散性思维，思考与练习则便于阅读者对学习内容的巩固。

本书的撰写规避了传统保险书籍过分强调话术学习的不足，弥补了传统教材和培训中忽略保险营销员自身心理素质和消费者心理研究的缺陷，为不同的保险销售和消费心理形成提供了理论依据，强调了保险营销员自身素质的提升以及营销员和消费者之间的双向沟通，是一本较实用的保险心理分析研究教材。

本书可供各类大专院校的保险专业和保险从业人员作为教材、学习资料和培训资料之用。

## <<保险销售心理与销售技巧>>

### 内容概要

《保险销售心理与销售技巧》由保险营销员的自我心理、保险消费者心理、保险销售过程中的心理和保险营销员的最佳销售方式四篇组成。

每篇均有讨论题与案例分析，可以启发阅读者的发散性思维，思考与练习则便于阅读者对学习内容的巩固。

我们不用去看那些数据，不要去谈论中国的保险业发展有多快，但找们要正视今天的现实保险费的付出对一些家庭来说已经像付水电煤的费用一样正常。

我们身边有多少人因为购买了保险而受益？

这些都是不争的事实，与此同时保险行业造就了多少百万富翁，又还有多少人在跃跃欲试？

有多少人在挣扎中欲作出选择？

为什么有人花了不少钱去参加培训收效却不大，为什么有人看了不少书还是不能成为受客户欢迎的人？

这一切的问题到底出在哪里？

——“心！”

”你是否了解你自己的心理？

你是否能把握客户的心理，你是否懂得沟通中的心理技巧，不管你属于哪一类人，保险行业的管理者、保险的从业人员，哪怕你只是一个曾经购买过保险的人，我们都需要了解“心理”，千万别错过阅读《保险销售心理与销售技巧》，你一定会有很大的收获。

## <<保险销售心理与销售技巧>>

### 作者简介

胡娟，女，1973年9月生，湖北武汉人中共党员，经济学博士，讲师1996年、2002年、2008年先后获得中南财经大学经济学学士、经济学硕士、经济学博士学位。

1996年毕业后留校任教，现为金融学院金融系银行管理教研室教师。

主讲本科生课程：《财务会计》、《商业银行经营管理》。

胡娟老师具备扎实的理论基础功底，善于针对学生特点因材施教，灵活多样的教学技巧使其教学效果优秀，受到同行和学生的一致好评。

主要研究方向为银行管理。

在各类出版物上发表了十多篇论文；参与了《银行会计学》、《金融企业会计》、《金融概论》、《金融学》等教材的编写。

并参与过多项课题的研究工作。

## <<保险销售心理与销售技巧>>

### 书籍目录

第1篇 保险营销员的自我心理第一节 自我定位第二节 怎样自我定位第三节 过有计划的生活第2篇 保险消费者心理分析第一节 保险消费者白勺购买行为分析第二节 客户认可白勺保险营销员第三节 保险消费者心理与行为的分析第四节 保险消费者行为发生的心理学分析第五节 认知学习理论的解释第六节 人本主义理论的解释第七节 条件反射理论的解释第3篇 销售过程中的心理学第一节 销售前的心理准备第二节 准客户开发中的心理学第三节 准客户的管理第四节 准客户的约洽第五节 销售面谈第六节 缔结心理策略第七节 售后服务第4篇 保险营销员最有效的销售方式第一节 现代营销理念的转变第二节 传统的保险销售方式第三节 以网络销售为代表的现代销售第四节 保险营销员最有效的销售方式第五节 客户沟通风格分析参考文献

## <<保险销售心理与销售技巧>>

### 章节摘录

在常人的眼里，只有拎着包、挨家挨户去敲门，或是到写字楼去拜访，或是在街上兜售某种商品的才是销售。

其实就“销售”这个词来说大家并不陌生，有人为找一份工作而推介自己，希望加薪或增加津贴和福利去游说上司，想把手头的工作延期而使同事谅解，母亲希望孩子从小学会自律，婴儿想要吃奶或换尿布而啼哭，这些都是销售。

在日常生活、学习和工作中.我们每个人不管在什么时候、什么地方，也不管在做什么事情，都在不同程度地从事销售活动。

因此，懂得销售的特点，学会更好、更有效地运用销售技巧对大多数人来说是十分重要的。

保险销售从狭义上来说就是创造人们的保险需求，运用一切可能的方法把产品和服务提供给客户，并使其接受和购买。

广义的保险销售就是一种说服、暗示、沟通和要求。

销售能力影响着一个人一生的成败，可以说只有擅长销售的人，才能成就大的事业。

因此，想要拥有成功的人生.就要设法使自己成为成功的销售专家。

与其他产品的销售不一样的是，保险产品是看不见、摸不着，也不能被试用的无形产品，它的销售比有形的产品难得多，它是透过有形的和无形的理念，将一份保障承诺销售给客户。

所以有能力从事保险销售的人，就有能力从事有形产品的销售。

## <<保险销售心理与销售技巧>>

### 编辑推荐

本书是作者继《保险心理学》后的第二本有关保险心理学研究的教材。

本书由保险营销员的自我心理、保险消费者心理、保险销售过程中的心理和保险营销员的最佳销售方式四篇组成。

每篇均有讨论题与案例分析，可以启发阅读者的发散性思维，思考与练习则便于阅读者对学习内容的巩固。

本书的撰写规避了传统保险书籍过分强调话术学习的不足，弥补了传统教材和培训中忽略保险营销员自身心理素质和消费者心理研究的缺陷，为不同的保险销售和消费心理形成提供了理论依据，强调了保险营销员自身素质的提升以及营销员和消费者之间的双向沟通，是一本较实用的保险心理分析研究教材。

本书可供各类大专院校的保险专业和保险从业人员作为教材、学习资料和培训资料之用。

<<保险销售心理与销售技巧>>

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>