

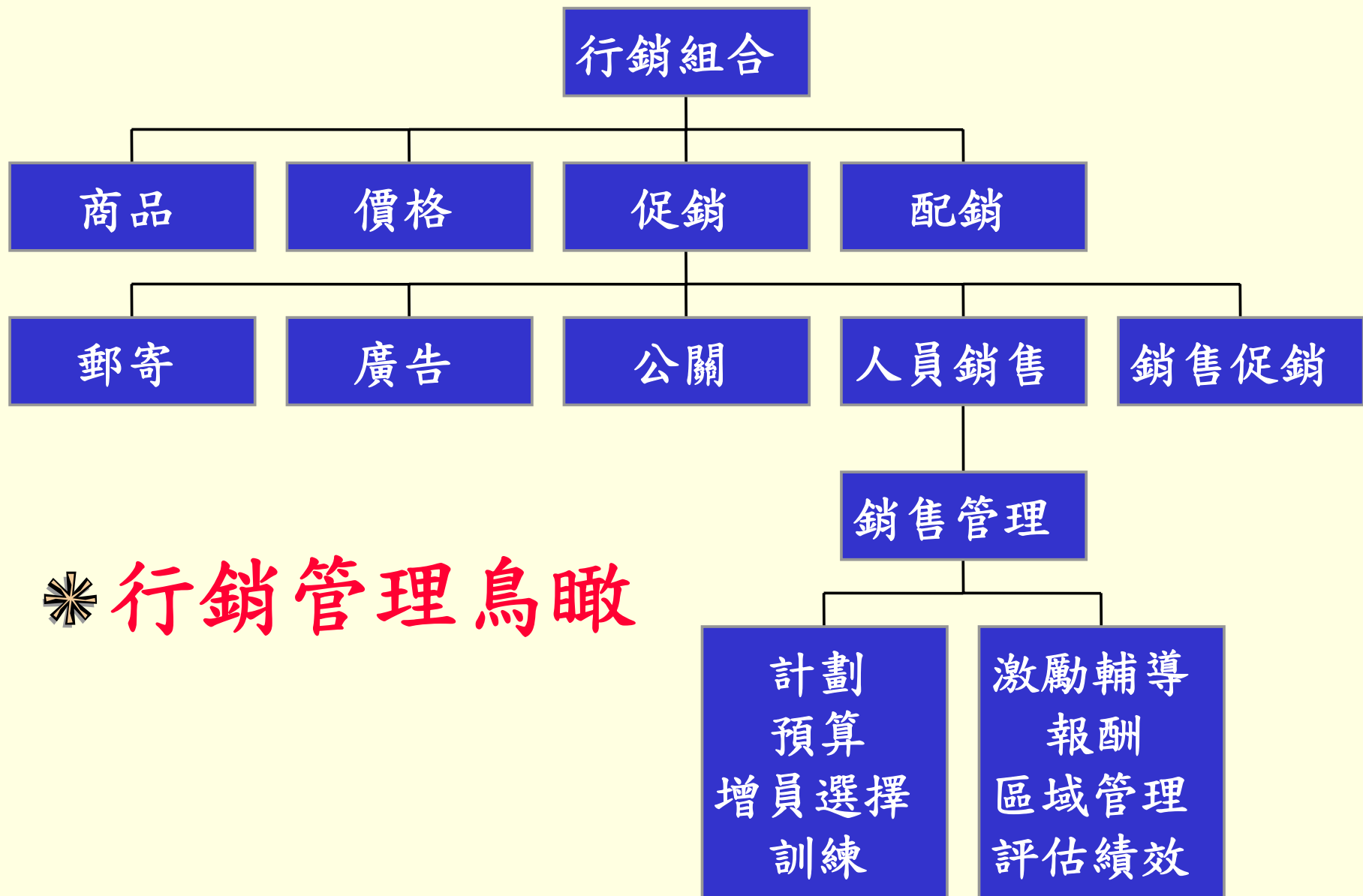
壽險行銷管理與實務

主講人：朱士家

簡介

■ 學歷：68年逢甲大學經濟系畢業
95年逢甲大學保險研究所畢業

- | | |
|-----------------------------|----------------|
| ■ 71年~76年AIG南山人壽保險公司 | 業務代表、主任、襄理、區經理 |
| ■ 76年升任AIG南山人壽保險公司 | 營業處經理 |
| ■ 85年~91年升任AIG南山人壽保險公司 | 通訊處總監，區部總監 |
| ■ 91年~94年任AIG友邦保險上海分公司 | 副總裁，業務發展總監 |
| ■ 94年1月~97年11月任AIG友邦保險江蘇分公司 | 業務發展副總裁 |
| ■ 97年12月~至今任南山人壽保險公司 | 副總經理，中部一區業務主管 |



* 行銷管理鳥瞰

規 劃	執 行	控 制
--------	--------	--------

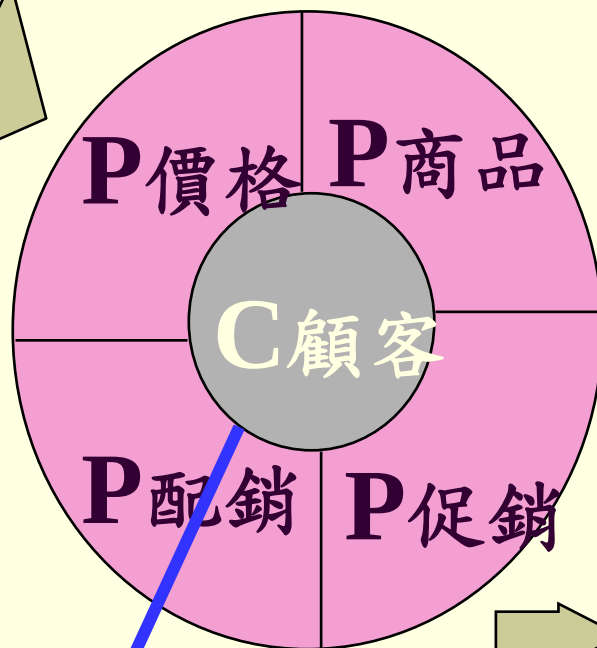
行銷管理

促銷

概念
服務
產品

創造效用

交換



滿意

廣告

促銷

直效

推銷

公關

推銷十步

一、壽險業業務渠道與來源

壽險公司壽險業務的來源

- 業務代理人渠道
- 經紀業務渠道
- 銀行保險業務渠道
- 直銷DM渠道

二、如何發展業務代理人渠道業務

理想的事業

- ❖ 產業前途：明日之星，躍馬神州
- ❖ 合理報酬：收入無限，操之在我
- ❖ 晉升機會：公平公開，目標明確
- ❖ 成長環境：不斷提升，成為領袖
- ❖ 工作意義：幫助別人，成就自我

* 壽險專業行銷事業的優點

- 能幫助很多人及企業
- 能獲得很多成長
- 能結交很多朋友
- 能賺取豐潤的收入
- 未來十年前三名的行業
- 未來十年前三名的工作

21世紀最熱門頭路

21世紀台灣十大熱門工作是什麼?根據中華人力資源協會的觀察，
資訊軟、硬體設計師與專業保險經紀人分占男女十大熱門工作的第一、二名

21 世紀台灣十大熱門工作

男性

1 資訊軟、硬體設計師

2 專業保險經紀人

3 外匯或證券操作員

4 國際行銷或管理人才

5 管理顧問

6 環保工程師

7 醫療保健人員

8 專業銷售工程師

9 生物科技人才

10 社會服務人員

女性

1 資訊軟、硬體設計師

2 專業保險經紀人

3 藝術創意設計員

4 醫師、會計師、律師

5 管理顧問

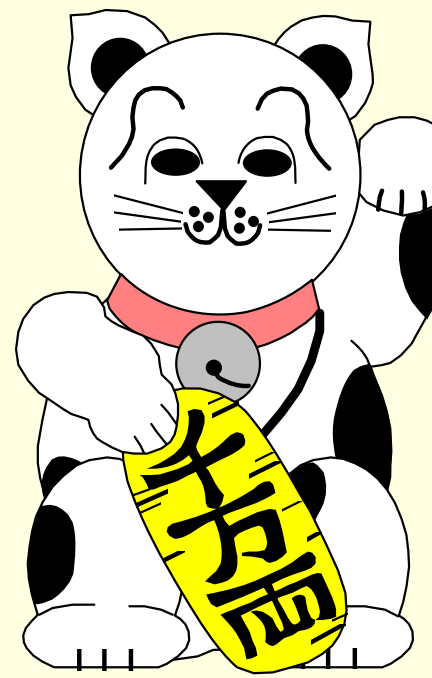
6 藥劑師

7 醫療保健人員

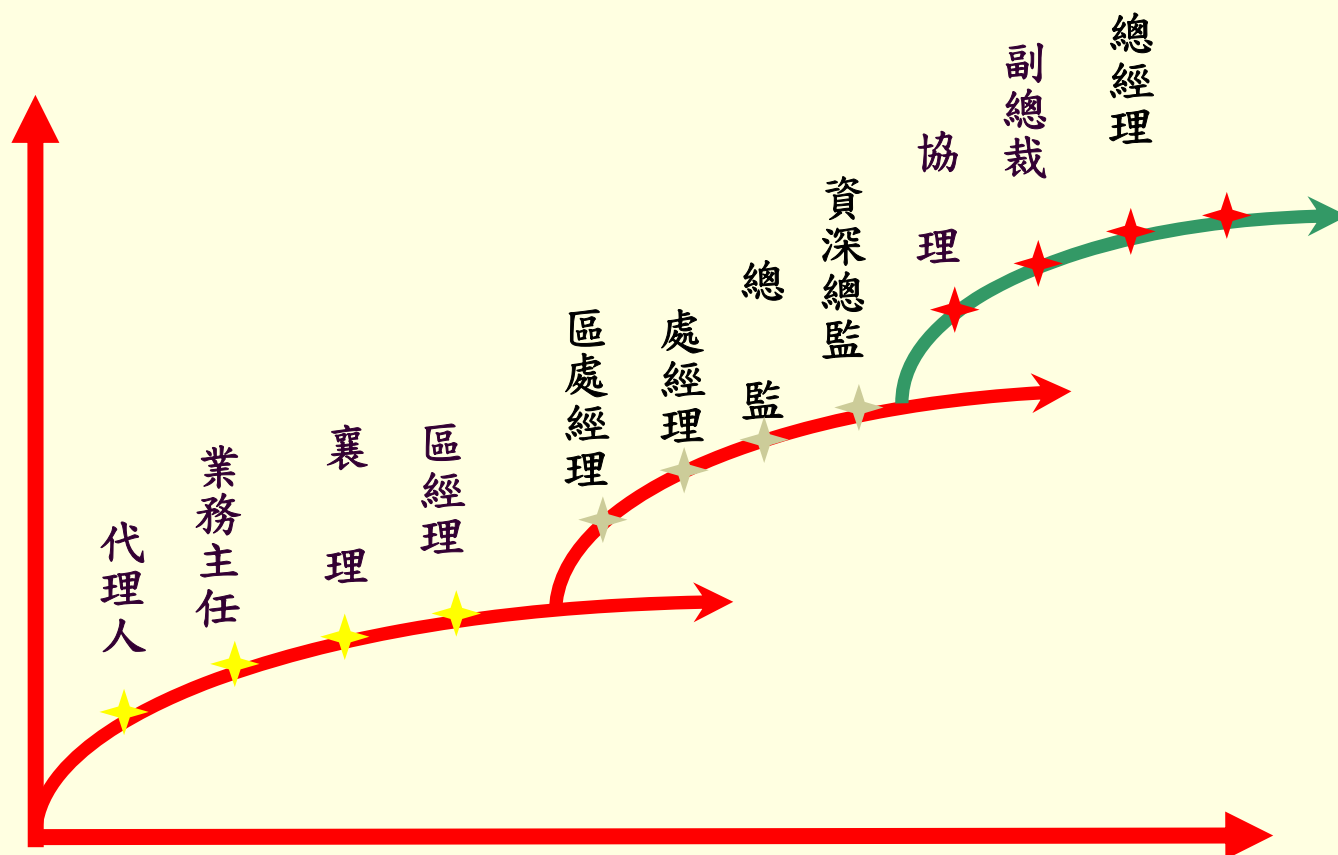
8 美容化妝技師

9 企業內女性主管

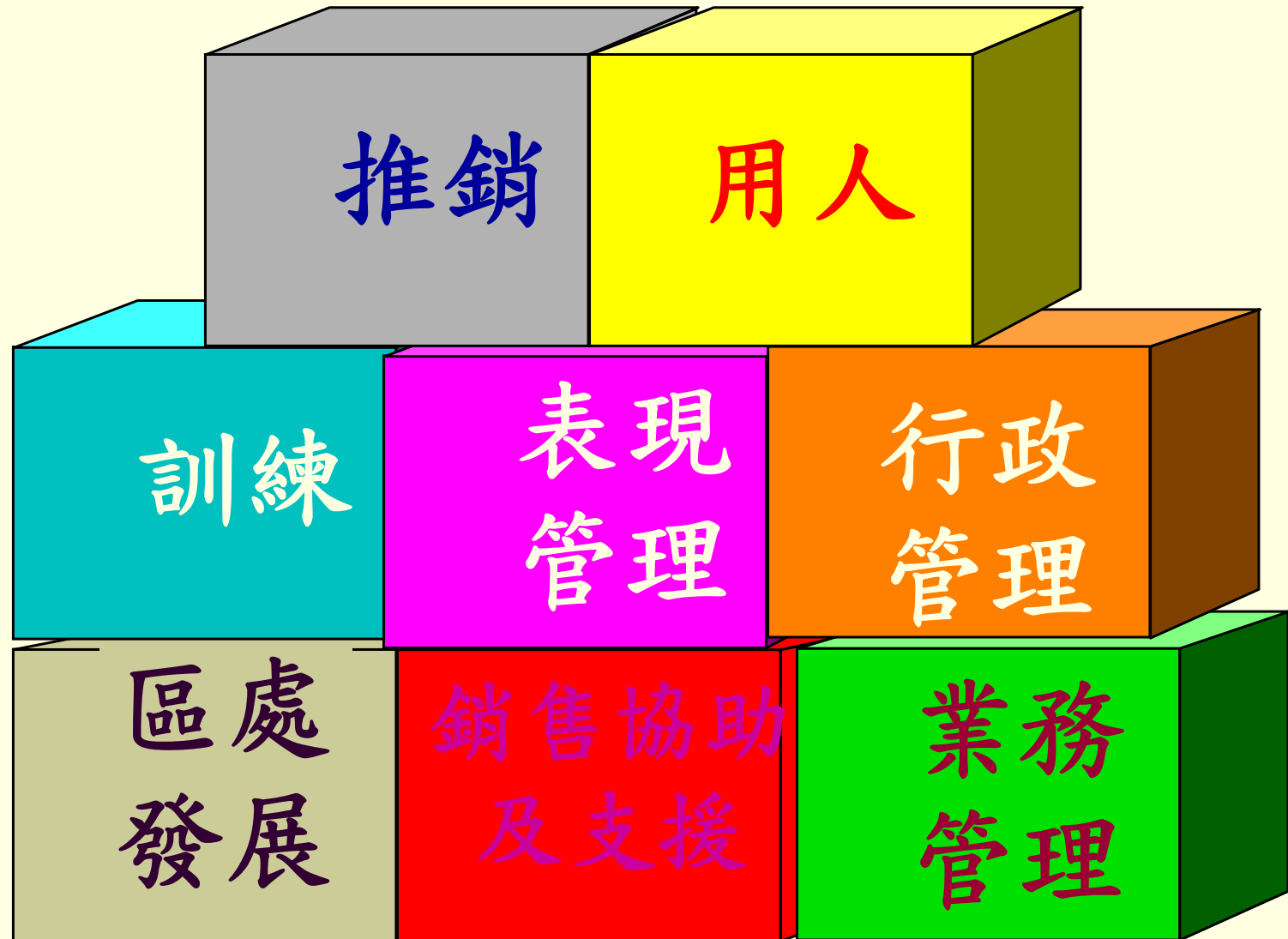
10 社會服務人員



業務代理人發展渠道



業務發展的八大系統



三、業務行銷

業務代理人的角色

- ◆ 風險管理師
- ◆ 財務顧問師
- ◆ 專技經紀人
- ◆ 主管實習生
- ◆ 創業事業家



業務員的八大活動

- 1. 尋找準保戶
- 2. 需要分析
- 3. 銷售及成交
- 4. 保單(資料庫)管理
- 5. 計劃及目標設定
- 6. 與他人來往(網絡)
- 7. 維持專業水準(學習)
- 8. 自我管理、時間管理

業務員的九大技巧

1. 溝通技巧
2. 控制情況的能力
3. 人際關係技巧
4. 時間管理及行政能力
5. 道德及專業舉止
6. 學習及應用程序的能力
7. 達成目標的激發力
8. 開發潛在市場的能力
9. 獨立作業及自我信賴

推銷的十大步驟

1. 尋找準保戶
2. 趨近前準備
3. 趨近
4. 需求分析
5. 設計解答
6. 呈現解答
7. 成交
8. 完成手續
9. 遞送保單
10. 售後服務



客戶建立(推銷)十步驟

第一步：尋找準客戶，尋找可以賣他商品的人

第二步：趨近前準備，準備好進行與準客戶第一式接觸

第三步：趨近進行，銷售面談

第四步：確定問題（發現需求）累積準客戶動機與和種資訊

第五步：設計解答，陳述必需的事實與動機，針對準客戶的
需求與經濟能力設計理想的商品

客戶建立(推銷)十步驟

第六步：呈現解答，配合準客戶的購買動機策劃銷售說明

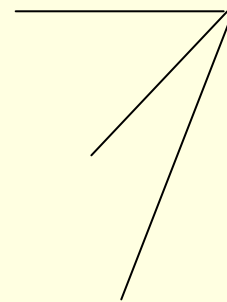
第七步：成交、促成準客戶現在就購買

第八步：完成手續，遵循公司規定完成後續動作

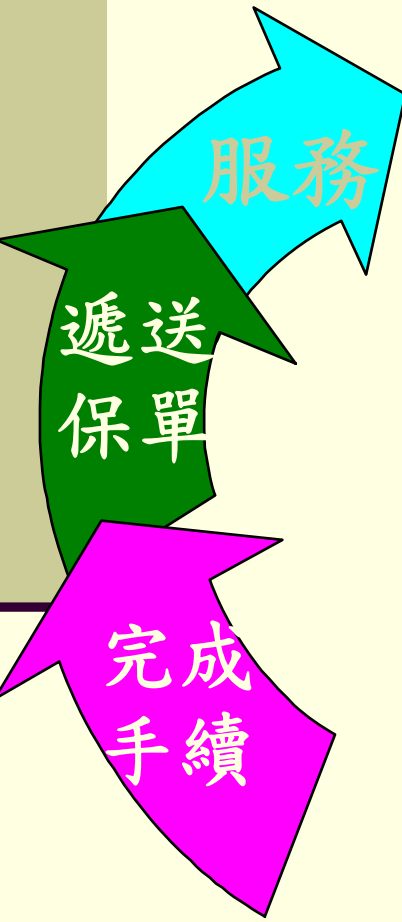
黃金三角

第九步：遞送商品，這與其他的步驟是同等的重要

第十步：提供服務與客戶進行第一次接觸時即開始，
並且永遠一直持續著



黃金機會



服務

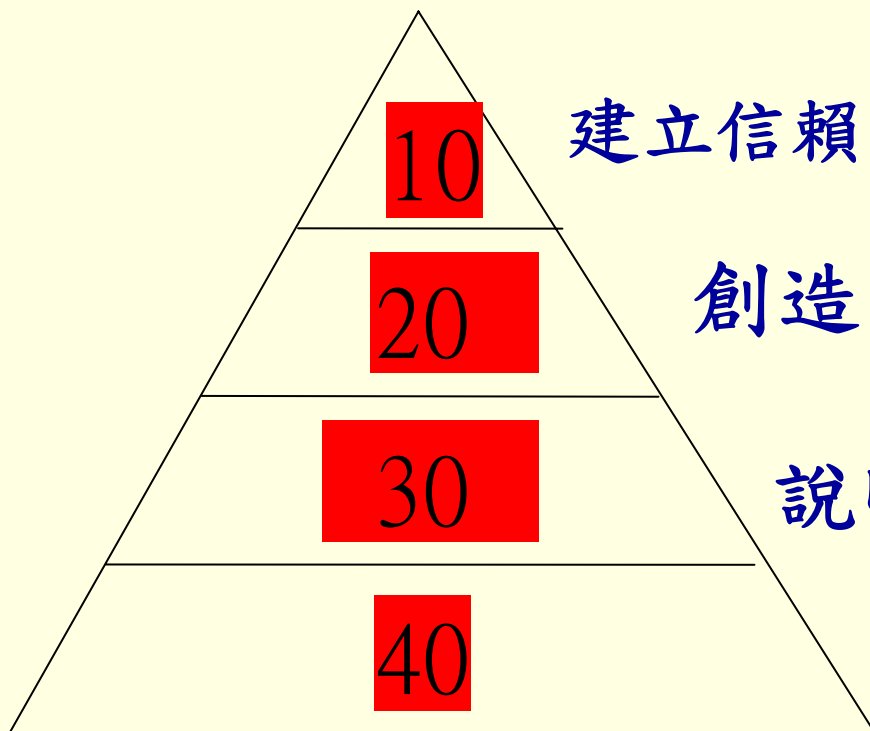
遞送單

完成手續

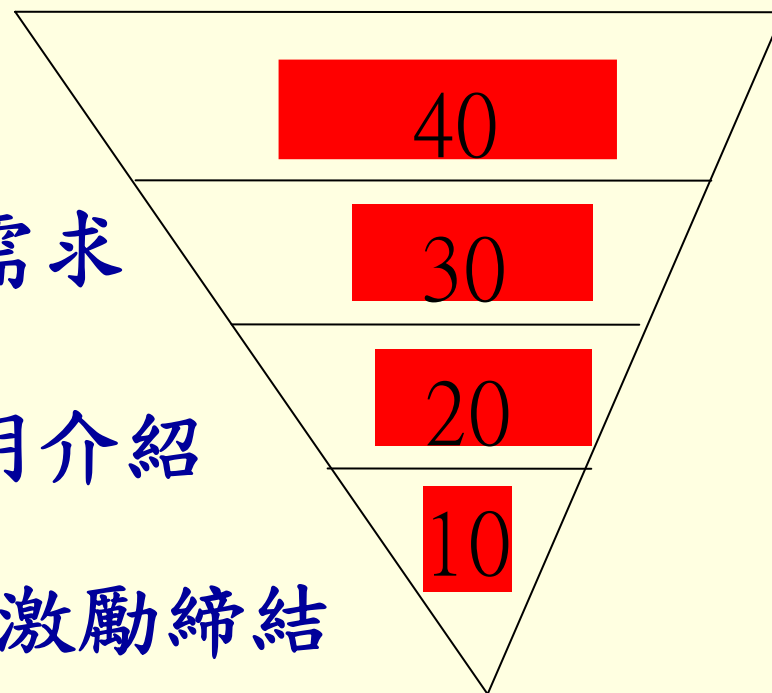
- 再推銷商品
- 再推銷需要
- 再推銷自己；單位；公司
- 要求推薦
- 承諾服務
- 建立聲望

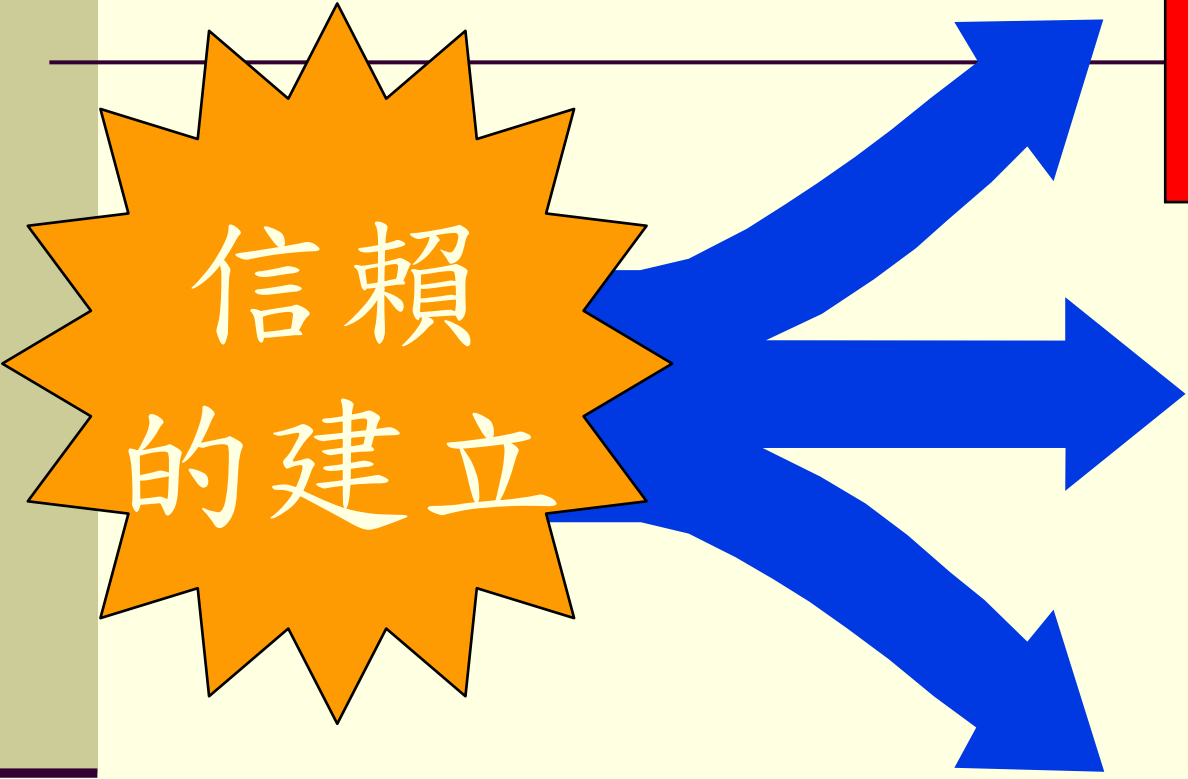
✳ 神奇的推銷步驟

銷售舊模式



銷售新模式





信賴 的建立

你所做的每一件事不是
增加名聲就是詆毀名聲
，沒有兩者之間，沒做
也算是做的一種

就像在堆積木

存款提款
的比喻

關係的層次

交朋友

陌生

認識

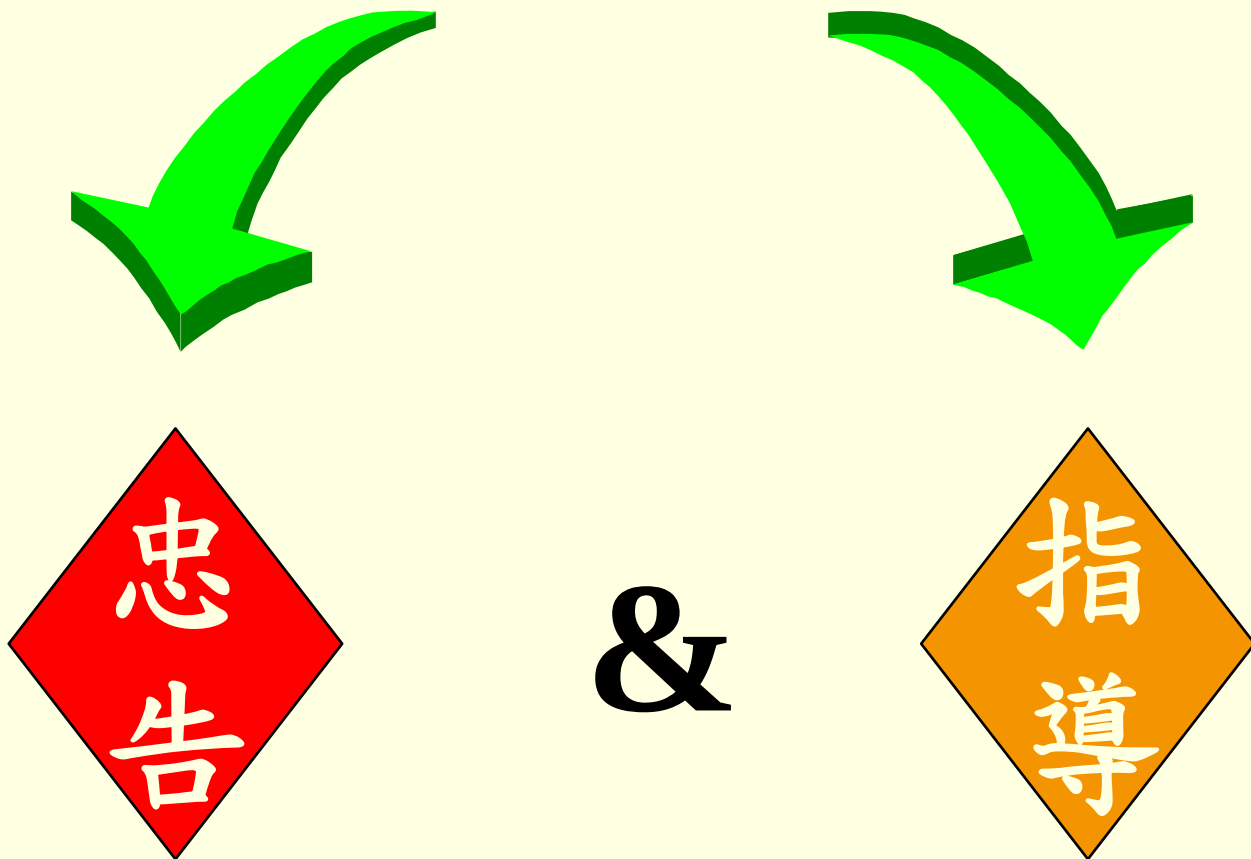
熟悉

朋友

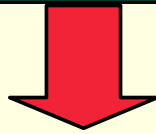
第一張保單

終身信賴的顧問

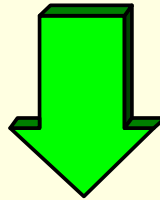
保險公司的 真正商品是什麼？



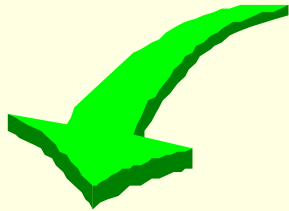
* 如何推銷
忠告與指導？



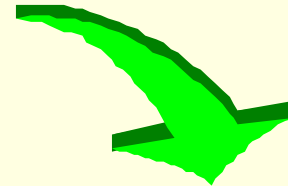
信賴



客戶感到關心



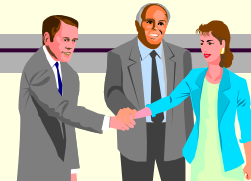
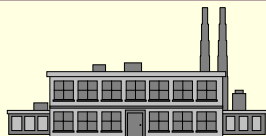
可靠



能力



行銷哲學的演進



時間	1930 以前 生產導向	1930~1960 推銷導向	1960~1990 行銷導向	1990 以後 合夥人導向
目的	成交	成交	滿足 客戶需要	建立 關係
導向	短期 賣者需要	短期 賣者需要	短期 買者需要	長期賣者 買者需要
角色	提供者	說服者	問題 解決者	價值 創造者
活動	接訂單 送貨	積極勸服 買者購買	提供吻合 買者需要	創造新法 吻合需要

交易 VS. 關係

交易行銷

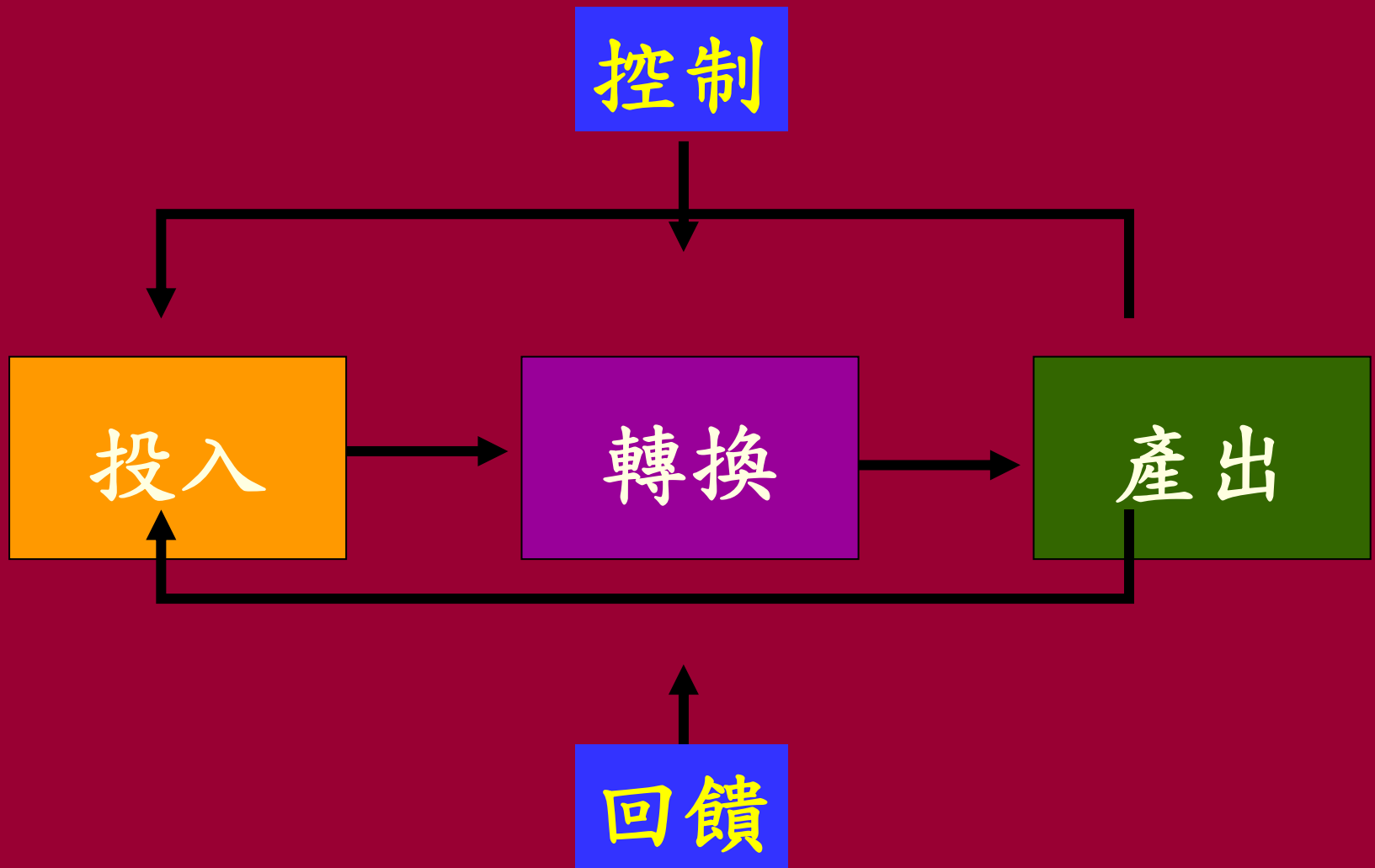
專注短期
我
專注結果
強調說服
競賽
操弄
衝突

關係行銷

專注長期
我們
專注利潤
強調協助
服務
信賴
合作

系統：

讓平凡人做偉大的事業的方法



成功推銷要素

Knowledge

知識

Attitudes

態度

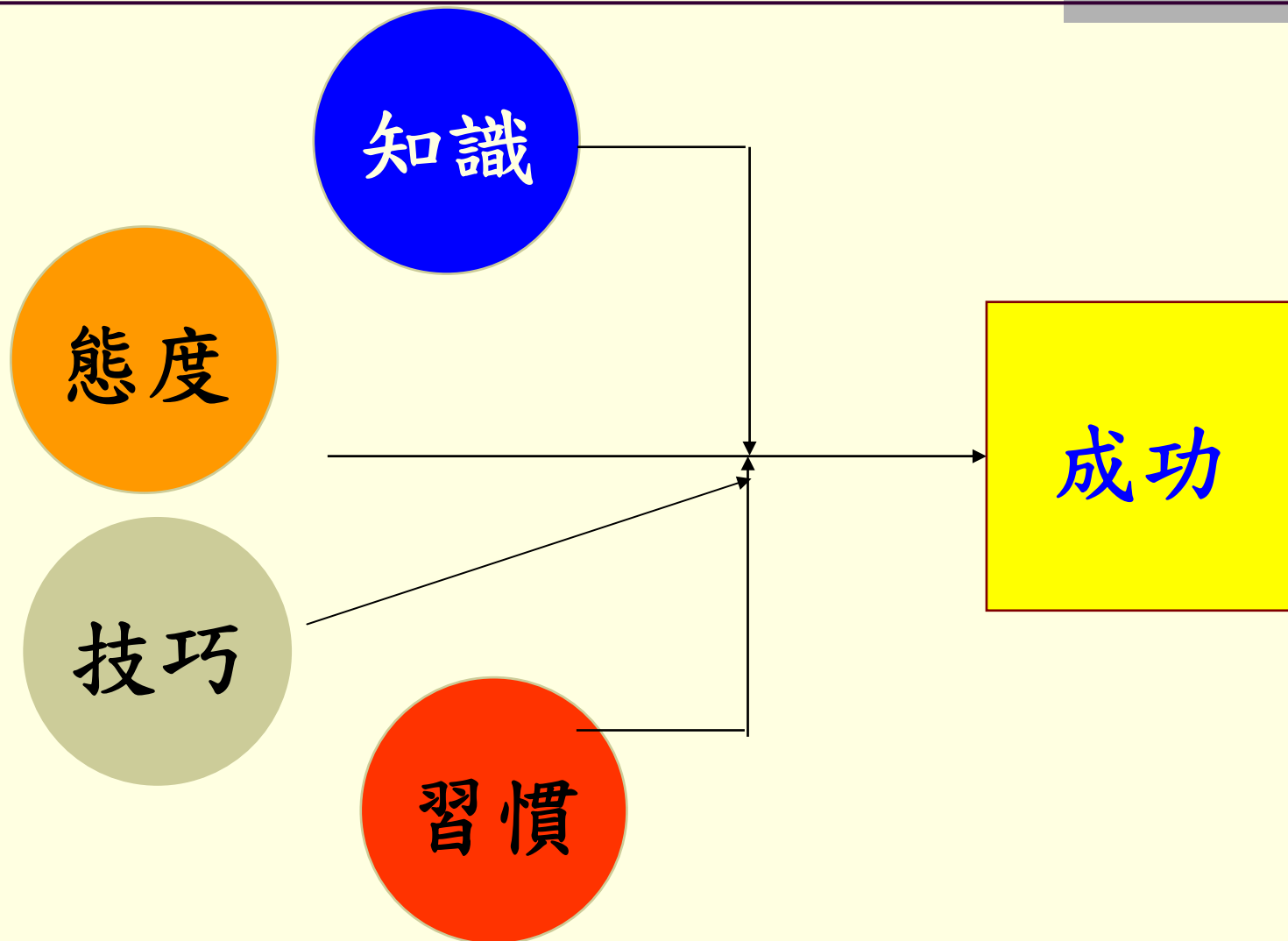
Skills

技巧

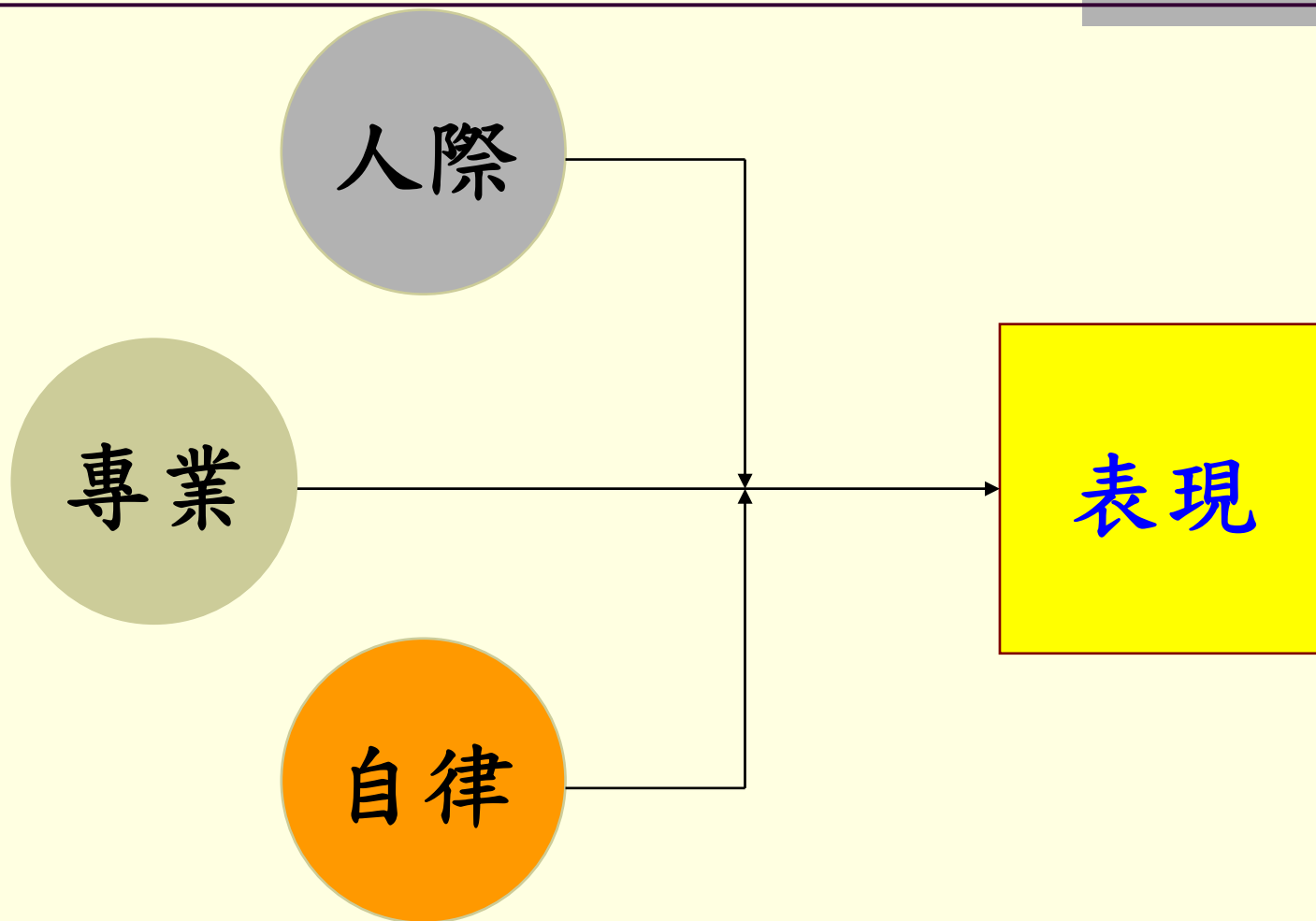
Habits

習慣

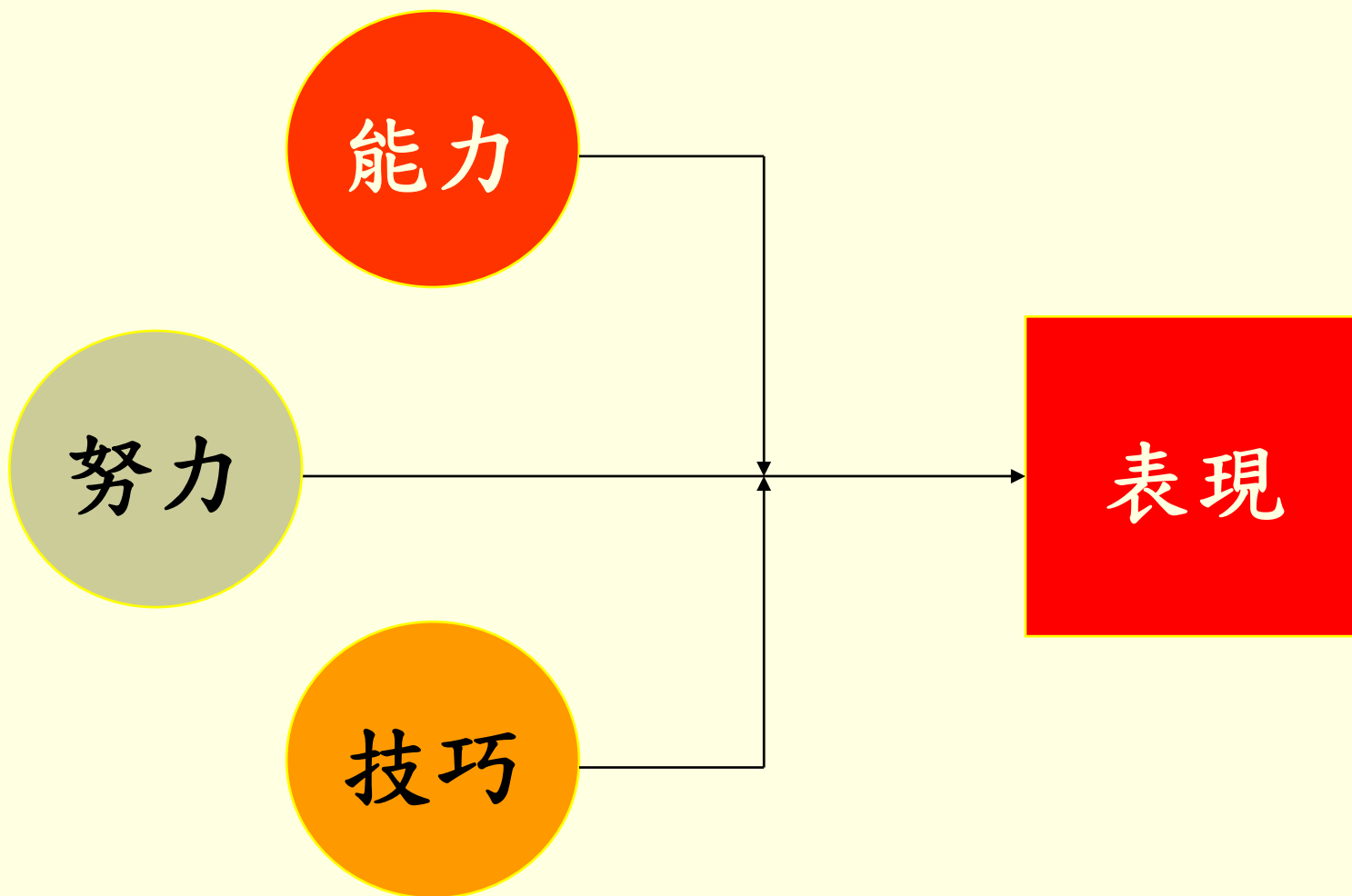
壽險行銷成功四要素



壽險行銷成功三要素



影響表現的關鍵變數



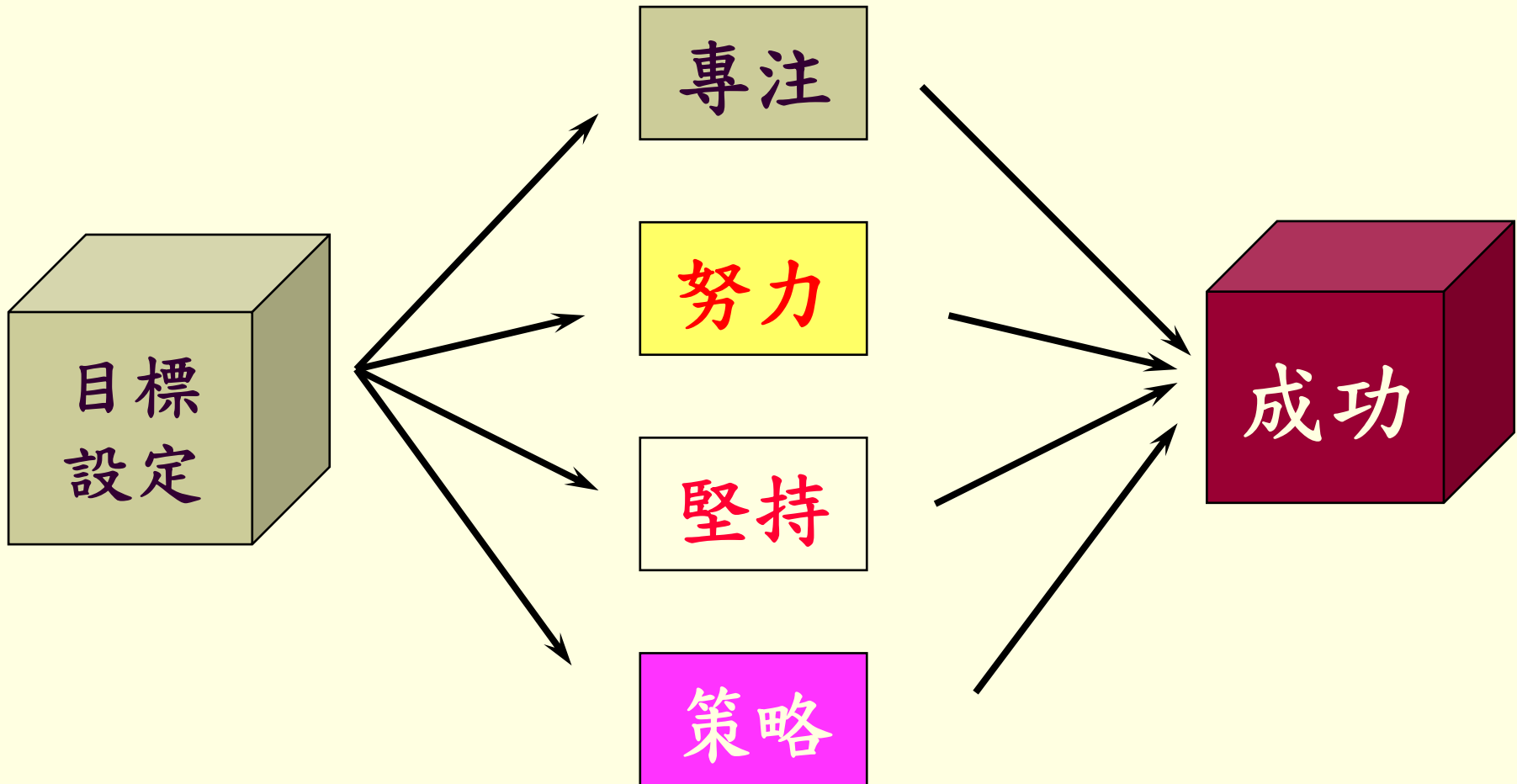
成功與失敗業務員的特質

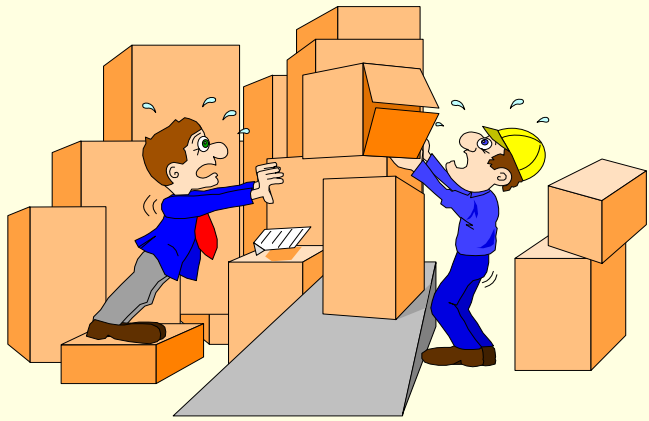
成功的業務員	失敗的業務員
設定長短期目標及截止日	缺乏理想
不怕失敗因為相信大數法則	沒有意願建立自己的事業
願意工作長時間	肖想免費午餐沒計畫工作
掌握銷售基礎建立自己風格	拒絕掌握成功
向成功的專家學習	拒絕模仿成功的專家
喜歡分享壽險的好處	非以壽險的好處推銷不分享
自信自尊	缺乏自我形象
是自己的最好客戶	自己的保障都不夠
不受負面的人影響	人生態度負面

成功業務員的特質

特質	指引
自信	準備充足
自律	有計畫的安排 工作
堅毅	具創造力不斷修正談話
靈活	根據客戶的需求良身訂做
以客戶的利益為先	明白壽險對每個人的利益
對壽險有堅定信念	對保險的價值堅信不移
樂意學習別人	不斷進修
不斷邁向更高的目標	不斷尋求高回報
完美主義者	小心處理每一個案的細節
辛勤的工作	定下可達成的期限

目標設定導致成功



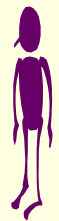
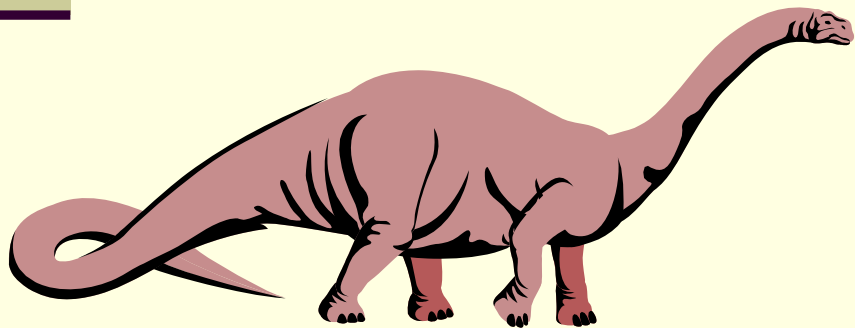


20 / 80 法則

八成的業績是由二成的業務員所得來，但你通常會花八成的時間來照顧只取得二成的業績的八成業務員。

建議

“不是最聰明也不是最強壯的品種會存活下來，而是那些最能反應環境而去改變自己的品種才能存活下來！”



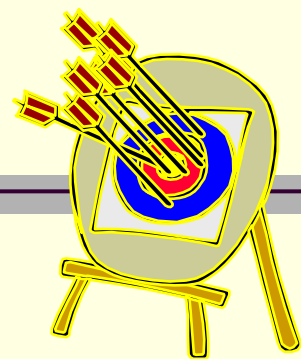
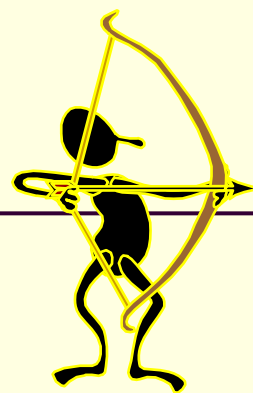
結語

#

知道要做，

與知道怎麼做，

與會做，與願意去做，



以及與能夠持續、正確、有效的去做

成功 不只在於你知道了多少，

更是在於你是否 做對了事&徹底的執行！

成功的密秘

What You Want

Is What You Get !

心想事將成

- 做大夢者將成大事
- 做小夢者將成小事
- 不做夢者將不成事

