

高手行销

两个编组，进行销售拜访

新进保险行销人员成功利器

为避免新进保险行销人员，
在遭到销售障碍时心生沮丧，
因此，

以编组形态进行销售拜访活动，可收互补互助之效。

从事保险行销工作，最初您也许会觉得困难重重很难达成。无论是男性，抑或是女性保险行销人员都有这样的困扰。因为当遇到些许挫折，我们就会裹足不前，无论到何时都会无法放开怀抱地去从事这份工作，当然成绩也一定不会有所进步的。

话说进行户外的行销拜访，最初您可考虑与另一位行销人员组成一组，去进行拜访的工作。以两个人编组的拜访方式在心情上总比一个人孤伶伶地要来踏实许多。例如当一方言穷词拙、无法沟通的时候，另一方即可适当地在旁助其一臂之力。又当饱受冷落或拒绝的当头，俩人亦可互相调侃慰藉一番，然后再度提起勇气进行另一准客户的拜访。

组对的方式有很多种，例如有以实力相当为标准而组对的，抑或是选择感情较好的同事组对也是可以，此外主管人员与部下组对的情形也是有的。这种种组合方式虽然各有利弊，然而只要能本着互补长短的合作关系，就可不必考虑过多。但是特别要提醒您要注意的是在组对的行销活动中，双方最后常常会因为商谈成功后的利益分摊，或是两者出力的程度而顿起争执，进而导致感情破裂的情形发生。所以在合伙的最初，双方对于合作的态度、权利与义务的划分等等都必需要做好相当的沟通才较理想。

虽然组对行销活动效果惊人，但是这绝对只是权宜之计，『有一天您终究是要成就自己独立的行销习惯，单枪匹马独当一面地去开创您自己的行销生涯！』这个理念您仍应时刻放在心上，否则您永远都没法成为独当一面的行销高手！

您必须重视人际关系

经由亲身接近准客户，

建立友谊；

提供其所需信息，

并负起经济顾问的任务，

是寿险销售人员不被拒绝的第一步。

寿险销售人员与一般商品销售人员最大的不同，是一般商品销售人员以已经决定购买的顾客为对象，寿险销售人员则是以购买意愿不确定，或对商品抱持中立甚至否定态度的人为对象，并劝说其购买或转变成肯定态度，因此寿险销售是一种极具创造性的销售。

单就这点来看，人际间的交往是非常重要的。因此，所谓的“销售是期望不被拒绝”比“销售始于被拒绝之时”，更能够支持这种想法，并且有勇气进一步行动。基于这个缘故，销售人员应该：

(1) 经常访问准客户，由于亲身接近而能藉着主要话题建立进一步友谊关系。也就是，打开人际关系，发挥“销售技能”的第一阶段。

(2) 掌握准客户最迫切想要知道的是什么，并迅速提供信息。

(3) 对客户提供的服务不单是把寿险像一般商品销售而已，必须对其本人的幸福生活、企业的未来做设计，同时也要负起顾客经济顾问的任务，解答有关如何妥善利用寿险等问题。

为充分达成此一目标，销售人员必须：

- (1) 充实有关寿险及销售寿险的正确知识。
- (2) 建立寿险观念，坚定销售业务信心，以接待顾客。
- (3) 设法说服客户，提高销售技能。
- (4) 让这些事实融入工作中，成为一种习惯。

销售人员平常与客户接触时，本身必须具备知识 (knowledge)、态度 (attitude)、技能 (skill)、习惯 (habit) 等要素，取其英文字首可简称为"KASH 法则"。

如何增加拜访客户数？

人人都知道营销有一条金科玉律：只要能增加拜访的客户数，凭藉各人专业技巧，就可增加促成的件数。促成的件数一旦增加，不但使人信心大增，还能使促成技巧更趋纯熟，依此良性循环生生不息演变下去，业绩表上的数字可以说完全由拜访的客户数来决定。

因此，如何增加拜访的客户数往往成为营销员亟思破解的难题，大致说来，破解的公式不外乎下列两种：

一是"全时工作"。这个很单纯，我们一天只有二十四个小时，不论是最顶尖的营销高手或是业绩不振的营销高手或是业绩不振的营销员都一样，若能二十四小时进行拜访工作那是最好不过的了，问题是业绩低迷时，纵使明知个中道理也要可能全时工作。一早被两、三家客户拒绝后，一般营销员下一个目的地往往就是咖啡店，或者是找一些同病相怜有同事共同协商"作战会议"。

有位资深的业务经理回忆他还是个营销员时，每天一早就开始拜访客户，一直工作到晚上九、十点，有时候为了争取拜访的时间，连饭都顾不上吃，有这样辛勤耕耘下，业绩要想不好也很困难。然而，现今营销员很难要求他们做到这一种地步，不过，至少也应该一天工作八个小时，就算一分耕耘不能有一分收获，总还会有半分收获，在营销这一个行业是不可能有不劳而获的事。

另一个破解公式是"尽早放弃"。

试想一天要拜访的客户若多达五十家，甚至一百家的话，每一个客户拜访的时间绝不能多加浪费，可能会购买的客户，不妨多花些时间和他商谈，无意购买的客户就该尽早放弃。

问题是如何判断客户会买或不会买。这个很靠个人经验或临场感，不过有个简单的方法可以试试，先找寻和自己"投缘"的客户，一百个人中总会遇上二、三十个和自己投缘、不讨厌自己的客户，在这些客户身上多花些时间进行说服，成功的机率至少也有五成，因为一般个人都有着向熟人或自己喜欢的人购买的习性。

公式 2

◎为了增加拜访的客户数，必须实行下列两个原则：

- 全时工作
- 尽早放弃

世上最公平的东西就是时间。

善用每家每户的信箱

当您绞尽脑汁寻找准客户名单时，是否发觉忽略身旁的左邻右舍，此封信可助您一臂之力。

为什么要用这封信

1. 在您绞尽脑汁想要获取客户名单时，是否忽略了，居家附近有可兹利用的每户信箱？虽然不知主人是谁，可以「亲爱的邻居」做为抬头。
2. 其次要提醒您的，为了要引起收信人打开信的兴趣，而不会将之弃置于垃圾筒内，最好的方式是

信封一定要用手写，方有让准保户拆信的欲望。

3.随信可附上自己的名片，甚至自己的画相、简历，愈别致愈好。让每一位看过信的左邻右舍，均能对您留下深刻的印象。

4.搜集实用的剪报资料也是重点，毋须第一次即刻意提及艰深的保险话题，多多闲话家常，「让他们认识你」，是此封信最重要的功能。

5.有了良好的第一波出击，第二次才可能成功。

亲爱的邻居：

首先很冒昧在此向您打声招呼，也谢谢您能拨冗来读我这封信。我有幸成为您的邻居，在这个社区我已住了几年，深感这里周遭的人、事、物，都是那么的与我相连相伴，彼此休戚相关。我们虽然不认识彼此的名字，却有着相同的居住环境，也算是一种缘份吧！

我首先自我介绍，我的名字是王大明，服务于○○保险公司，担任业务工作已有三年多的时间了。我愿意提供一切相关的保险资讯给您一家人，也期待您能欣然接受，我随信附上相关的资料，及有关健康、亲子教育方面的剪报，希望能够对您全家人有些许的帮助。

我就在你们身旁，想到我时，不妨打通电话给我，我一定竭诚为你们服务。希望我有此荣幸。

敬祝 阖储安康！

您的邻居

王大明敬笔