

چهار توصیه کاربردی از قبل تا بعد از فروش بیمه عمر و زندگی



گردآورنده: بهزاد بهمنیار

[www.behzadbahmanyar.com](http://www.behzadbahmanyar.com)

۰۹۱۲۸۳۴۷۱۱۰

## چهار توصیه کاربردی از قبل تا بعد از فروش بیمه عمر و زندگی

### ۱- هرگز همه ی مشتریان را به یک روش پرزنت نکنید.



محصول بیمه ی عمر و سرمایه گذاری دارای مزایای بسیاری است که همه ی این مزایا نمی تواند برای یک نفر جذاب باشد. با توجه به اینکه

مردم دارای دغدغه ها، چالش ها و همچنین آرزوهای متفاوتی هستند در نتیجه مشتری با دانستن دو یا سه ویژگی از محصول که نیاز آنها را برطرف میکند محصول شما را می خرد. در اینجا لازم است شما با توجه به همان نیاز توضیحات خود را عنوان نمایید. به قول یکی از بزرگان صنعت بیمه، مذاکره ی فروش بیمه عمر و سرمایه گذاری مثل بازی پینگ پنگ است. یک بازیکن حرفه ای پینگ پنگ، ابتدا یک ضربه می زند و سپس منتظر ضربه حریف می ماند و بر اساس موقعیت ارسال توپ حریف، خودش را برای زدن ضربه ی بعد آماده می کند.



**مشتریان را با توجه به نیازشان پرزنت کنید و همه ی پوشش ها را در پرزنت توضیح ندهید.**

## ۲- در هنگام پرزنت صدای خود و صدای مشتری را ضبط و همان شب به آن گوش کنید.



یکی از راههای خوب صحبت کردن ضبط کردن صدای مشتری و گوش کردن به آن در هنگام فراغت است. با این کار شما می

توانید نقاط ضعف خود را اصلاح نمایید. از جمله مهمترین مشکلات پرزنت که با گوش

دادن به صدای خودتان می توانید برطرف نمایید **اصلاح لهجه، بالابردن دامنه**

**لغات، بالابردن اطلاعات بیمه ای،** می باشند. بهتر است در زمان مذاکره بدون

لهجه صحبت کنید و از کلمات تکراری در یک جمله استفاده ننمایید. همچنین اطلاعات

شما در خصوص بیمه ی عمر و سرمایه گذاری همواره باید بروز باشد.

یکی دیگر از مزایای گوش کردن به صدای پرزنت، پیدا کردن شیوه ی جدید برای فروش

است. بهتر است **برای گوش کردن به مکالمه هایی که به فروش منجر نشده**

**اند بیشتر وقت بگذارید.** این کار باعث می شود شما جواب های منفی مشتریان را

بررسی کنید و به روش های جدید فروش برای مقابله با آن پاسخ ها دست پیدا کنید.

**بازاریابی و فروشندگی بیمه عمر هم بمانند سایر مشاغل سختی کار خود را دارد. تلاش**

**کنید و هیچ وقت مایوسی نشوید.**

**۲- در هنگام فروش ظاهر آراسته باشید و از زبان بدن استفاده نمایید.**

در هنگام مذاکره با مشتریان، یکی از مهمترین نکات رعایت ظاهر آراسته است. مغز انسان از عوامل متعددی تاثیر می پذیرد. به صورت ناخودآگاه هنگامی که شما با لباس غیر رسمی یا اسپرت در حال مذاکره هستید سیگنال های متفاوتی به مغز ارسال شده و به طبع آن دستورات مغز به به اندام و ماهیچه ها متفاوت است. در این حالت مذاکره شما لحن خودمانی به خود می گیرد در صورتی با لباس رسمی چون کت و شلوار و یا مانتو و مقنعه مکالمه شما به مذاکره نزدیکتر و جنبه ی تجاری تری به خود می گیرد.

اغلب اشاره های ارتباطی اصلی در سراسر دنیا یکسان هستند. برای مثال در هنگام گفتن

کلمه **بله** سر بصورت ناخودآگاه به سمت بالا و پایین تکان می خورد. آشنایی به پیامی

که شما از طریق زبان بدن به دیگران می فرستید، می تواند به موفقیت بیشتر شما کمک کند. در ادامه به چند نکته موثر در استفاده از زبان بدن در هنگام پرزنت اشاره شده است.

- **دست دادن:** نوع دست دادن فرد مقابل بهترین تحلیل شخصیتی وی است. افرادی که

دارای اعتماد به نفس هستند محکم دست شما را می گیرند و اشخاصی که شل و آرام

دست می دهند از اعتماد به نفس پایینی برخوردار هستند. گذاشتن دست دیگر بر روی

دستان نشانه ی این است که می خواهد اعتماد شما را جلب نماید.



- **حالت ایستادن:** شانه های افتاده و نگاه به سمت پایین نشانه بی علافگی است. ایستادن

به حالت صاف و مستقیم در حالی که وزن بدن بر روی دو پا تقسیم شده باشد می تواند

نشان دهنده اطمینان و عدم نگرانی باشد.

- **حرکات باز:** در هنگام پرزنت کردن از حرکات باز استفاده نمایید. دست به سینه نشوید و یا دستانتان را در جیبتان نکنید. حرکت دست به سمت بیرون و بالا بسیار تاثیر گذار است. توجه کنید در هر شرایطی که مشتری قرار دارد خود را قرار دهید. اگر ایستاده است بایستید و اگر نشسته است بنشینید اما در حالت نشسته هم از حرکات باز استفاده نمایید.

### ۳- بعد از فروش همواره با مشتریان خود در ارتباط باشید.

بیمه عمر و سرمایه گذاری، محصولی است که به موجب آن شما برای مدت طولانی با بیمه گذار ارتباط مالی دارید. وصول حق بیمه، درخواست الحاقیه، درخواست وام و یا بروز خسارت از عمده دلایل ارتباط شما با مشتریان هستند. ارائه این خدمات در ذات این بیمه نامه است و حتی می توان لقب خدمات پس از فروش و یا کارت طلایی را به این نوع خدمات داد. اگر در این ارتباطات خاطرات خوبی از شما در ذهن مشتری بماند مطمئن باشید این مشتری برای شما بهترین مبلغ و مروج است و می تواند ۳ الی ۵ نفر به مشتریان شما اضافه نماید. اما چنانچه خدمات و یا برخورد شما با مشتری مناسب نباشد نه تنها مشتری خود را از دست داده اید بلکه این مشتری توانایی خارج کردن ۸ الی ۱۰ نفر از مشتریان شما از دفترتان را دارد.

## در علم بازاریابی قانونی وجود دارد بنام قانون ۱۰-۱۰-۱۰

- برای حفظ یک مشتری دائمی تنها ۱۰ دلار نیاز دارید.
- از دست دادن همان مشتری بیش از ۱۰ ثانیه طول نمی کشد.
- برای مشتری از دست رفته ۱۰ سال زمان لازم است.

**یادتان باشد مشتری را فقط هنگام خرید بیمه نامه تکریم نکنید و همواره در کنار مشتریانتان خود باشید.**