

آقای بیمه

سجاد حمیدی (مهرجو)

سرشناسه	: محمدی، سجاد، ۱۳۶۵ -
عنوان و نام پدیدآور	: آقای بیمه / سجاد محمدی (مهرجو).
مشخصات نشر	: تبریز: انتشارات نباتی، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۷۰ ص: جدول: ۱۴/۵/۲۱×۵/۵ م.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۹۰۰۰۹-۲
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
موضوع	: بیمه عمر
موضوع	: Life insurance :
موضوع	: بیمه عمر -- بازاریابی
موضوع	: Life insurance -- Marketing :
موضوع	: فروشندگی -- بیمه عمر
موضوع	: Selling -- Life insurance:
رده - ی کنگره	: HG۸۷۷۱/م۳۱۷ ۱۳۹۶ :
رده بند، دیوب	: ۳۶۸/۳۲ :
شماره کتابش سی ملی	: ۴۸۰۴۹۴۴ :



آسای بیمه

سجاد محمدی (مهرجو)

ناشر / انتشارات نباتی (با همکاری انتشارات آذر تورک)

/ قطع / رقی / تعداد صفحه / ۱۷۰ ص

تیراژ / ۱۰۰۰ جلد / چاپ اول / ۱۳۹۶

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۹۰۰۰۹-۲

قیمت : ۱۸۰۰۰۰ ریال

مرکز فروش: تبریز خیابان امام سه راه طالقانی

مجتمع تجاری استاد شهریار پلاک ۴۶

تلفن: ۳۵۵۴۷۵۱۰

۹	پیشگفتار
۱۲	مقدمه
۱۴	تاریخچه بیمه عمر
۱۵	بیمه عمر در ایران
۱۷	از کجا شروع کنم!
۲۲	اعتماد به نفس
۲۵	صادق بودن در صحبت با مشتری
۲۶	به افکار منفی بگویید خفه شو!!!
۲۹	حالا آمده فروش بیمه عمر شوید
۳۵	به چه کسانی باید پیشنهاد فروش بیمه عمر بدهیم
۳۶	سه اصل اساسی در فروش
۳۷	قبل از قرار ملاقات تدویر کنید
۴۰	قبل از ملاقات بخشید!
۴۲	چرا مشتری باید از شما بیمه ببرد؟
۴۴	علاوه بر بیمه نامه چه خدماتی می تواند به مشتری ارائه دهید
۴۵	راه اندازی کارت تخفیف
۵۱	استفاده از کارت تخفیف در فروش بیمه های عمر
۵۶	مطالعه استرس را کم می کند
۵۷	تشکیل تیم فروش
۶۱	از فروش بیمه عمر با روش سالیانه نترسید!
۶۴	اگر نتوانستید بفروشید!
۶۷	چه وقت باید پرسشنامه را جلوی مشتری بگذارید؟
۷۰	چگونه حق بیمه را در مذاکره مطرح کنید؟
۷۳	بیمه گذار تولید کنید
۷۶	اتفاق فکر داشته باشید و ایده های خلاق طرح ریزی کنید
۷۸	تعریف کردن هدفمند و با دلیل از مشتری
۸۲	استفاده از نقاط مشترک
۸۶	تراکت یا نامه

- منصرف شدن بیمه گذار بعد از پرداخت حق بیمه ۹۱
- کشف لایه های پنهان زندگی مشتری ۹۴
- فروش مقایسه ای ۹۸
- تفاوت سرمایه گذاری در بانک با سرمایه گذاری در بیمه عمر ۹۹
- طراحی پیام تبلیغاتی اصولی و تاثیرگذار ۱۰۳
- چک هایی که به بیمه گذاران پرداخت شده است را از شرکت تهیه کنید ۱۰۵
- بعد از فروش بیمه نامه عمر، مشتری را رها نکنید ۱۰۷
- نوع طرز نشستن در مذاکره با مشتری ۱۱۰
- ایجاد ترس در مشتری ۱۱۳
- روش فروش حرفه ای بیمه عمر در مدارس ابتدایی، پیش دبستانی و مهد
کودک ها ۱۱۹
- در برابر مشتری مشتاقی باشد و راه را برای انتخاب او باز بگذارید ۱۳۰
- گذاشتن قرار ملاقات با مشتری ۱۳۶
- فروش بیمه عمر با تمام محصولات دیگر فرق دارد ۱۳۷
- انگیزه فروش داشته باشید و به خودتان تصمصیم بگیرید ۱۳۸
- دست نگه دارید ۱۴۰
- فروش به کارمندان ۱۴۲
- مجاورت آشنایی می آورد! ۱۴۵
- درباز کن !!! ۱۴۸
- فروش بیمه عمر به روستاییان ۱۵۰
- فروش بیمه عمر به صورت تنبل !!! ۱۵۵
- تلاش کنید و لحظه ای از پا نایستید ۱۵۸
- تلاش یک پرنده برای موفقیت ۱۵۹
- مثل ژاپنی ها کار کنید (البته نه در حد مرگ)! ۱۶۱
- بیمه کردن نوزدان ۱۶۳
- حسن خوبی نسبت به مشتری در خود ایجاد کنید ۱۶۷
- رفتار درستی با پولی که از مشتری می گیرید داشته باشید ۱۶۸

پیشگفتار

با اراده ای تغییرناپذیر، شبانه روز در پی موفقیت در فروش بودم. مدام دست به آزمون و خطا می زدم و ایده های فروش خود را عملی می کردم. قبل از ورود به صنعت بیمه در شرکت های پخش مختلفی به عنوان سرپرست فروش فعالیت می کردم. با تجربه سالیان متمادی در بازاریابی و فروش به حرفه بیمه گری پیوستم. در طی تمام این سالیان چه در فروش بیمه و چه در فروش دیگر کالاها و خدمات، کوششی شکست ناپذیر داشتم. پس از ورود به صنعت بیمه دریافتم که خلاء ناشی از نقصان دانش و آموزش های مفید و کارا در زمینه فروش، نمایندگان شریف این حرفه را می آزارد. این خلاء به خصوص در زمینه فروش بیمه های عمر کاملاً مشهود است.

بسیاری از نمایندگان فروش بیمه با وجود این که جرأت عملی کردن ایده هایشان را دارند، با شکست مواجه شده و سرخورده می گردند، و یا اینکه به ناچار هزینه های گزافی را بابت شرکت در در سمینارها و کارگاه های مختلف آموزشی متحمل می شوند، اما در پایان پس از صرف هزینه های بسیار، باز هم نمی دانند در عمل باید چه کنند یا از کجا شروع کنند. کتاب های قطور بسیاری هم در زمینه فروش بیمه تالیف شده اند که تنها به بحث های انگیزشی اکتفا کرده و فاقد راهکارها و اسباب برای مواجهه عملی با چالش های پیش روی نمایندگان هستند.

بدون راهکار عملی و بدون ارائه روش های فروش کارآمد، چه بسیار کارگاه ها و سمینارها تشکیل شده که مانند داروی مسکن به طور موقت و گذرا و فقط برای چند روز به نمایندگان بیمه انگیزه می دهند و به جای حل مشکل عدم موفقیت در فروش، صورت مسئله را پاک کرده و

به تسکینی موقتی اکتفا می کنند. همه موارد مذکور مرا بر آن داشت که برای تالیف کتاب "آقای بیمه" دست به قلم ببرم. کتابی که حاصل تجربیات بیش از هفت سال فروش بیمه و مشاوره اثربخش به بسیاری از نمایندگان فروش بیمه در سراسر کشور است. کتابی ارزشمند که حاوی تمام روش های عملی و آزموده فروش است و مانند آموزگاری دانا و توانمند دست نماینده فروش را گرفته و به سمت حرفه ای شدن و موفقیت در فروش پیش می برد. کتاب "آقای بیمه" کتابی خالص و ناب است و روش های موفق فروش را با بیانی ساده و روان به نماینده می آموزد.

در حال حاضر نمایندگان فروش بسیاری در سراسر کشور از راهکارهای عملی این کتاب، به وسیله ارتباط با بنده و عضویت در کانال تلگرامی "آقای بیمه" استفاده می کنند. این کتاب در حال حاضر به صورت کاملاً حرفه ای مشاور بیش از ۲۰۰ نماینده فروش بیمه عمر هستم. ایزد یکتا را سپاس می گویم و با کمال افتخار اعلام می کنم که بعد از آموزش و مشاوره، در بیشتر موارد کارمزدهای آنان به بیش از چندین برابر افزایش می یابد.

محتوای این کتاب در کارگاه های مختلف آدرش داده می شود و خوشبختانه بسیاری از نمایندگان فروش به واسطه این آموزش ها مسیر خود را یافته اند و در حال ارتقای راندمان خود توسط فعالیت تیمی، فروش هدفمند و برنامه ریزی شده هستند و با فروش شانس و تصادفی خداحافظی کرده اند.

در پایان امیدوارم به واسطه تالیف این کتاب، توانسته باشم چراغی هرچند کوچک، فرا روی نمایندگان شریف و زحمتکش بیمه بگذارم. همکاران

عزیز خودتان را باور کنید، شما با بیمه کردن افراد مختلف، باعث می شوید که مشکلات مالی آینده آنها را تهدید نکند. شما با بیمه کردن کودکان سرزمینتان باعث می شوید هیچ کودکی در اثر مشکلات مالی از تحصیل باز نماند و... آری امنیت مالی بسیاری از هموطنانمان بستگی به فعالیت شما دارد.

صمیمانه رای شما دوستان و همکاران عزیزم آرزوی موفقیت دارم.

سجاد محمدی

بهار ۱۳۹۶

کانال تلگرام @menrjobime

تلفن همراه ۹۱۹۳۷۰۳۲۴۵

مقدمه

در دنیای امروز، تمامی صنایع و مشاغل تخصصی شده اند. صنعت بیمه نیز از این قاعده مستثنی نیست. با وجود اینکه در ایران، صنعت بیمه از سال ۱۳۱۴ با حضور شرکت بیمه ایران کار خود را آغاز کرده است، با این حال بعد از گذشت سال ها هنوز هم جایگاه خود را در کشور ما پیدا نکرده است. چه بسیارند شرکت های بیمه ای که بدون آموزش های تخصصی لازم و فقط با یک آزمون ساده که توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران برگزار می شود به نمایندگان خود کد فعالیت و همکاری می دهند.

نماینده تازه کار، بدون آگاهی و دانش لازم، در این راه گام برمی دارد. دفتر کار اجاره می کند، حقوق بنشیند، هزینه اینترنت، تلفن، تبلیغات و هزینه های بسیار دیگری را پس می شود و حالا باید فروش را آغاز کند! ولی از کجا و چطوری؟ آیا آموزش بازاریابی دیده است؟ آیا در مورد علم فروش در صنعت بیمه اطلاعاتی دارد؟ و...

باید چکار کند؟ در دفتر بنشیند و بیمه شخص ثالث صادر کند! مگر چقدر می تواند بیمه شخص ثالث و بیمه های دیگر کار کنند. با این شیوه حتی نمی تواند هزینه های جاری خود را هم تامین کند! همین دلیل است که ۸۰ درصد از نمایندگان بیمه، از نظر مالی قشری ضعیف هستند و بسیاری از آنان با وجود اینکه روزانه خودروهای مردم را بیمه می کنند، خودشان اتومبیل ندارند. یا اگر داشته باشند برای هزینه بیمه شخص ثالث اتومبیل خود ناچارند پول قرض کنند یا خود را بدهکار شرکت کنند. بسیاری از نماینده های بیمه جسارت به خرج می دهند و کیف خود را به دست می گیرند و وارد بازار می شوند. برای فروش بیمه عمر از اداره

ای به اداره دیگر و از مغازه ای به مغازه دیگر می روند، ولی در پایان روز چیزی نصیب شان نمی شود و دست خالی باز می گردند. اگر هم دست خالی برنگردند فروش کمی عایدشان می شود. در موارد نادری هم برخی نماینده ها برای مدت کوتاهی خوب می فروشند ولی این فروش دوام نخواهد داشت، چون فروشی اتفاقی و شانسی است. پس باید راه حلی جستجو کرد که توسط آن بتوان فروش بیمه عمر را به درستی و بر پایه علم و اصول لازمه آن انجام داد. فروشی که به شانس بستگی نداشته باشد. فریسی که همراه با برنامه ریزی و تفکر باشد.

این مهم تنها بر صورتی می گردد که نماینده فروش بیمه عمر، علم خود را در زمینه فروش بیمه عمر بالا ببرد و تکنیک های عملی فروش بیمه عمر را بیاد آورد.

چه بسیارند کتاب ها و سبدهای آموزشی، که در زمینه فروش بیمه عمر به بازار آمده اند، اما بیشتر روش های پیشنهادی آنها تناسبی با فرهنگ خرید و بافت اقتصادی جامعه ندارند و یا فقط حاصل تئوری پردازی ذهن نویسندگانی هستند که در عمل شما را به موفقیت رهنمون نخواهند شد. البته در این زمینه استثناهای هم وجود دارد.

نماینده بیمه برای اینکه در زمینه فروش بیمه عمر موفق باشد، باید از راز این کار مطلع شود و البته مانند موفقیت در هر کاری تلاش و پشتکار، انگیزه و باور افراد نیز در این راستا نقشی تعیین کننده دارند. شما می توانید با تلفیق تکنیک های عملی فروش بیمه عمر با انگیزه و تلاش، بعد از گذشت مدت زمانی کوتاه، لقب فروشنده موفق و برتر را کسب کنید و نام خود را کنار برندهای موفق فروش بیمه عمر قرار دهید.

این کتاب را چندین بار بخوانید، دانش خود را در زمینه فروش بیمه عمر بالا ببرید، در سمینارها و همایش های افراد موفق در این عرصه شرکت کنید. سپس می توانید با آمادگی لازم، میز خود را رها کنید و با اعتماد

به نفس بالا وارد بازار فروش بیمه عمر شوید. بفروشید و به مردم کمک کنید تا آینده خوبی داشته باشند.

یک قانون کلی در مورد موفقیت وجود دارد: شما هر چقدر که بتوانید بر روی افراد بیشتری تاثیر بگذارید، موفقیت بیشتری کسب خواهید کرد. چرا یک بازیگر مشهور درآمد زیادی دارد؟ یا یک فوتبالیست؟ آیا فکر می کنید که آنها خیلی کار می کنند؟ جواب منفیست. شاید از شما هم کمتر کار می کنند.

از موفقیت این افراد رابطه مستقیمی با دامنه تاثیر گذاری آنها بر افراد دارد. برای مثال، یک بازیگر می تواند بر روی ۱۰ میلیون نفر تاثیر بگذارد. یک فوتبالیست این تاثیر را روی ۲۰ میلیون نفر می گذارد. چرا مسی ستاره تیم فوتبال آرژانتین اینقدر پولدار است یا کریستین رونالدو؟ به خاطر اینکه چند میلیون نفر و شاید هم بیشتر، از او و بازی فوتبال او تاثیر می گیرند. این موضوع باره نماینده فروش بیمه هم مصداق دارد، هر چه قدر که بتواند بر روی تعداد بیشتری از افراد تاثیر بگذارد به همان اندازه پول در می آورد و موفق می شود.

در این کتاب سعی شده است که از حاشیه بخت برباز شود و راه کارهای کاربردی فروش بیمه عمر ارائه گردد. امیدوارم بتواند با مطالعه این کتاب به جمع انسان های موفق در فروش پیوندد.

تاریخچه بیمه عمر

اولین بیمه نامه عمر ثبت شده به صورت قرار داد مشخص، مربوط به بیش از ۴۷۵ سال قبل یعنی سال ۱۵۳۸ میلادی است. این بیمه نامه در

کشور انگلستان و شهر لندن منعقد گردیده است که در آن عده ای تاجر به عنوان بیمه گر با عقد قراردادی یک ساله فرد دیگر را به شرط فوت بیمه کرده اند. بعدها در قرن هفدهم میلادی نوعی شرط بندی بر سر زمان مرگ افراد در اروپا رواج پیدا کرد که از سوی مقامات مذهبی غیر اخلاقی شناخته شد و همین امر تاثیری منفی بر رشد این گونه بیمه ها گذاشت.

با ورود به دوره رنساس و انقلاب صنعتی و تاسیس نهادهای مالی همچون بانک ها، فروش اوراق قرضه دولتی، یک ایتالیایی به نام تونتین شرکتی تاسیس کرد که آمیخته ای از یک نوع بیمه عمر و سرمایه گذاری در اوراق قرضه بود. نحوه کار آن شرکت چنین بود که گروهی از افراد هم سن، سرمایه شریکان را در صندوق شرکت می گذاشتند و آن سرمایه صرف خرید اوراق مشارکت دولتی می شد و در پایان دوره مالی، بر اساس توافقی که شرکاء کرده بودند، سود حاصله بین افراد زنده باقیمانده توزیع و سپس شرکت منحل می شد و به این ترتیب وراثت فرد متوفی عضو شرکت، وجهی دریافت نمی کردند. ترتین را می توان یک نوع بیمه نامه به شرط حیات، همراه با سرمایه گذاری تلقی کرد.

اولین شرکت بیمه عمر، در سال ۱۷۶۲ میلادی در انگلستان شروع به کار کرد و در طول قرن هجدهم میلادی، ریاضیات و امارات نیز وارد این رشته از بیمه شد و به مرور نحوه محاسبه حق بیمه، جنبه ای علمی و تخصصی یافت.

بیمه عمر در ایران

بیمه عمر در ایران توسط نمایندگی یک شرکت بیمه خارجی به نام ویکتوریا در سال ۱۳۱۴ آغاز شد. این نمایندگی بعد از یک سال فعالیت