

۱+۵۰ بازار برگزیده؛ ویژه‌ی بیمه‌های عمر

(به انضمام نمونه نامه‌های تبلیغاتی)

مؤلف:

حامد عسگری

با پی‌گفتاری از:

پرویز درّی

مدرس دانشگاه، مشاور و محقق بازاریابی

ویراستار:

دیبا دُرَبخش



انتشارات بازارپایی

سرشناسه	عسگری، حامد، ۱۳۶۱ -
عنوان و نام پدیدآور	۵۰+۱ بازار برگزیده؛ ویژه ی بیمه های عمر: به انضمام نمونه نامه های تبلیغاتی / مؤلف حامد عسگری؛ با پیشگفتاری از پرویز درگی؛ ویراستار دیبا دربخش.
مشخصات نشر	تهران: انتشارات بازاریابی، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۷۵۶ ص.: مصور، جدول، نمودار.
شابک	978-622-6659-39-0
وضعیت فهرست نویسی: فیبا	
عنوان گسترده	پنجاه به علاوه یک بازار برگزیده....
موضوع	بیمه عمر -- بازاریابی
موضوع	Life insurance -- Marketing
موضوع	بیمه -- بازاریابی
موضوع	Insurance -- Marketing
شناسه افزوده	درگی، پرویز، ۱۳۴۵ - مقدمه نویس
شناسه افزوده	دربخش، دیبا، ۱۳۶۳ - ویراستار
رده بندی کنگره	HG ۸۸۷۶:
رده بندی دیسی	۳۶۸/۳۲:
شماره کتابشناختی ملی	۵۹۷۳۱۶۵



فاکس: ۰۲۱)۶۶۴۳۱۴۶۱

تلفن: ۰۲۱)۶۶۴۲۳۶۶۷ و ۰۲۱)۶۶۴۳۴۰۵۵

WWW.MARKETINGPUBLISHER.IR

WWW.MARKETINGBOOKS.IR

چاپ اول ۱۳۹۸/تیراژ ۱۰۰۰

چاپخانه و صحافی: طرح و نقش نویسنده

تمامی حقوق محفوظ و متعلق به انتشارات بازاریابی است
مراکز توزیع:

شرکت توسعه مهندسی بازار گستران آتی (TMBA)

تهران؛ صندوق پستی: ۱۳۴۴۵/۱۳۴۵؛ تلفن: ۴-۰۲۱)۶۶۴۰۲۸۴۰۱؛ فکس: ۰۲۱)۶۶۴۰۲۸۴۰۵

پخش انتشارات بازاریابی: خیابان انقلاب، ابتدای خیابان ۱۲ فروردین، پلاک ۲۸۵، مجتمع کتاب فروردین، طبقه همکف، واحد یک. تلفن: ۰۲۱)۶۶۴۰۸۲۵۱ و ۰۲۱)۶۶۴۰۸۲۷۱

جهت سفارش مستقیم کتاب با شماره ۰۲۱-۴۷۶۲۱۴۱۴ تماس حاصل فرمایید و یا با مراجعه به وب سایت www.BimehMarketing.com سفارش خود را به صورت آنلاین ثبت نمایید.

قیمت: ۱۷۵/۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۱۳	پیشگفتار
۱۷	مقدمه
۲۵	چرا مطالعه‌ی این کتاب، الزامی است
۳۱	راهنمای استفاده از کتاب

بخش اول

بازارهای هدف و ویژگی‌های مشاغل اصناف

۵۲	بازار شماره‌ی ۱: آتش نشانان
۷۵	بازار شماره‌ی ۲: آرایشگران
۹۶	بازار شماره‌ی ۳: ارتشی‌ها
۱۱۵	بازار شماره‌ی ۴: پرستاران
۱۴۵	بازار شماره‌ی ۵: پیکه‌های موتوری
۱۶۴	بازار شماره‌ی ۶: تکنسین‌های رادیولوژی
۱۸۷	بازار شماره‌ی ۷: جوشکاران
۲۰۸	بازار شماره‌ی ۸: چاپخانه‌ها
۲۳۲	بازار شماره‌ی ۹: خبرنگاران
۲۵۶	بازار شماره‌ی ۱۰: رانندگان تاکسی
۲۹۱	بازار شماره‌ی ۱۱: رانندگان ماشینهای سنگین
۳۳۶	بازار شماره‌ی ۱۲: مأموران راهنمایی و رانندگی

۳۵۳	بازار شماره‌ی ۱۳: سازمانها و شرکتهای بزرگ
۳۶۸	بازار شماره‌ی ۱۴: کابینت‌سازان
۳۸۷	بازار شماره‌ی ۱۵: کارگران ساختمانی
۴۱۵	بازار شماره‌ی ۱۶: کشاورزان روستایی
۴۴۱	بازار شماره‌ی ۱۷: معدنکاران
۴۷۵	بازار شماره‌ی ۱۸: معلمان
۵۱۰	بازار شماره‌ی ۱۹: مکانیکهای خودرو
۵۲۸	بازار شماره‌ی ۲۰: مهمانداران هواپیما
۵۵۷	بازار شماره‌ی ۲۱: نانویی‌ها

بخش دوم

بازارهای هدف بر اساس کاربردهای خاص بیمه‌ی عمر

۵۸۲	بازار شماره‌ی ۲۲: کاربردهای بیمه‌ی عمر به‌عنوان ابزار برنامه‌ریزی مالی
۵۸۵	بازار شماره‌ی ۲۳: کاربردهای بیمه‌ی عمر از ۲۰ تا ۲۵ سالگی
۵۸۸	بازار شماره‌ی ۲۴: کاربردهای بیمه‌ی عمر از ۲۸ تا ۳۰ سالگی
۵۹۱	بازار شماره‌ی ۲۵: کاربردهای بیمه‌ی عمر از ۳۵ تا ۴۰ سالگی
۵۹۳	بازار شماره‌ی ۲۶: کاربردهای بیمه‌ی عمر از ۴۰ تا ۴۵ سالگی
۵۹۷	بازار شماره‌ی ۲۷: کاربردهای بیمه‌ی عمر از ۴۵ تا ۵۰ سالگی
۶۰۰	بازار شماره‌ی ۲۸: کاربردهای بیمه‌ی عمر از ۴۵ تا ۵۰ سالگی
۶۰۲	بازار شماره‌ی ۲۹: کاربردهای بیمه‌ی عمر بعد از ۵۰ سالگی
۶۰۵	بازار شماره‌ی ۳۰: کاربردهای بیمه‌ی عمر برای افراد مجرد
۶۰۹	بازار شماره‌ی ۳۱: کاربردهای بیمه‌ی عمر برای ایجاد تغییرات در آستانه‌ی سال نو
۶۱۱	بازار شماره‌ی ۳۲: کاربردهای بیمه‌ی عمر به‌عنوان هدیه‌ای ماندگار
۶۱۴	بازار شماره‌ی ۳۳: کاربردهای بیمه‌ی عمر برای پدران
۶۱۸	بازار شماره‌ی ۳۴: کاربردهای بیمه‌ی عمر برای دانشجویان متأهل و شاغل
۶۲۵	بازار شماره‌ی ۳۵: کاربردهای بیمه‌ی عمر برای زنان خانه‌دار
۶۲۸	بازار شماره‌ی ۳۶: کاربردهای بیمه‌ی عمر برای صاحبان شرکتهای و مشاغل کوچک
۶۳۳	بازار شماره‌ی ۳۷: کاربردهای بیمه‌ی عمر برای فرزندان که والدین خود را از دست داده‌اند
۶۳۶	بازار شماره‌ی ۳۸: کاربردهای بیمه‌ی عمر قبل از ازدواج
۶۳۹	بازار شماره‌ی ۳۹: کاربردهای بیمه‌ی عمر برای کودکان

۶۴۲	بازار شماره‌ی ۴۰: کاربردهای بیمه‌ی عمر برای مادران
۶۴۴	بازار شماره‌ی ۴۱: کاربردهای بیمه‌ی عمر برای مردان و زنان
۶۴۸	بازار شماره‌ی ۴۲: کاربردهای بیمه‌ی عمر به‌عنوان مکمل بیمه‌ی عمر مانده بدهکار
۶۵۰	بازار شماره‌ی ۴۳: کاربردهای بیمه‌ی عمر به‌عنوان مکمل وصیتنامه و ابزار کنترل داراییها پس از فوت
۶۵۵	بازار شماره‌ی ۴۴: کاربردهای بیمه‌ی عمر برای والدین تک‌سرپرست
۶۵۸	بازار شماره‌ی ۴۵: کاربردهای بیمه‌ی عمر برای والدین نوزادان

بخش سوم

بازارهای هدف ویژه بر اساس تیپ شخصیتی مشتریان بالقوه

۶۶۴	مدل جهانی DIAC در تشخیص رفتار مشتریان
۶۶۸	بازار شماره‌ی ۴۶: فروش بیمه‌ی عمر به تیپ شخصیتی قرمز
۶۷۵	بازار شماره‌ی ۴۷: فروش بیمه‌ی عمر به تیپ شخصیتی زرد
۶۸۲	بازار شماره‌ی ۴۸: فروش بیمه‌ی عمر به تیپ شخصیتی سبز
۶۸۹	بازار شماره‌ی ۴۹: فروش بیمه‌ی عمر به تیپ شخصیتی آبی
۶۹۶	بازار شماره‌ی ۵۰: فروش بیمه‌ی عمر به مشتریان شکاک و بدبین

بخش چهارم

بازار هدف مشتریان ارجاعی

۷۱۰	بازار شماره‌ی ۱ + ۵۰: فروش بیمه‌ی عمر به مشتریان ارجاعی
۷۲۵	۹ استراتژی برای جذب و فروش به مشتریان ارجاعی در بیمه‌های عمر

۷۴۷	فهرست منابع و مأخذ
۷۵۳	آشنایی با فعالیتهای شرکت توسعه مهندسی بازار گستران آتی (1397)

پیشگفتار

بیمه‌ی عمر در ایران کمتر شناخته شده است. آموزشهایی که در کلاسها، سمینارها و کارگاهها تأکید می‌شود عمدتاً بر روی تکنیکها و تاکتیکهای فروش می‌باشد که البته لازم است، اما کافی نیست و به همین دلیل، توفیقات در حوزه‌ی اجرای بازاریابی و فروش بیمه‌ی عمر با توجه به جمعیت کشور ما، قابل توجه نیست. شاید از همین رو است که هنر-ریان پس از ترک دوره‌ی آموزشی، وقتی وارد فعالیت حرفه‌ای می‌شوند، پس از چندین و چند جلسه‌ی ملاقات با مشتری، با سرخوردگی بیشتری، این کار یعنی فروش بیمه‌ی عمر را رها می‌کنند.

خوشبختانه در "راههای آسیر" بخیر مؤلفان ایرانی با جسارت و تجربه‌های فراوانی که از برگزاری سمینارها و کارگاهها به دست آوردند، کتاب یا کتابهایی در این باره منتشر کرده‌اند که توانسته است راهگشا باشد. هنوز فاصله‌ی زیادی داریم با آنچه باید صورت بگیرد، این نیز دل‌گفته‌های همین مؤلف یا مؤلفانی است که در حوزه‌ی "بیمه‌ی عمر" تجربه‌ی بالی راوانی دارند و به مدد دانش و بینش، توأم با خلاقیت، راههای میان‌بری پیدا کرده‌اند.

اثر حاضر «۵۰+۱ بازار برگزیده؛ ویژه‌ی بیمه‌ی عمر» در نوع خود کم‌نظیر است. مؤلف کاری کرده است کارستان. وی برای آنکه راهی بگشاید تا فعالان بازار را با یک راهنمای اثربخشی داشته باشند، ۴ سال کار میدانی را پیوست فعالیت‌های دانشی و بینشی خود کرده است.

به گفته‌ی حامد عسگری، مؤلف این کتاب، ۴۳۰ فروشنده‌ی تحت مربیگری وی توانسته‌اند این مسیر را طی کنند و به نتیجه‌های ارزشمندی دست یابند. وی سخاوتمندانه این نتیجه‌ها را به همراه دستورالعمل و راهنماهای لازم، در اختیار تمامی نمایندگان و فروشنندگان بیمه قرار داده است که اکنون پیش روی شماست. کار میدانی مؤلف این اثر، یادگیری همراه با مشارکت بوده است. به این معنی که بارها در بازارهایی همچون معدنکاران، رانندگان ماشینهای سنگین، کارگران چاپخانه، کشاورزان روستایی، دایندگان، کارگران و استادکاران ساختمانی، روزها و شبهای متمادی در کنار آنها حضور داشته تا بتواند سختی هر شغل را تجربه کند. همچنان که معدنکاران، رانندگان ماشینهای سنگین، کارگران چاپخانه، و... هر روز با این تجربه زندگی میکنند؛ با تمام دغدغه‌ها، مخاطرات و شیرینی‌های آن شغل.

کتاب حاضر «۵۰+۱ بازار برگزیده؛ ویژه‌ی بیمه عمر» از آغاز تا پایان، آکنده است از توضیحات درباره‌ی تک‌تک این مشاغل.

کلیدهای طلایی کتاب فراوان است، اما شاید اصلی‌ترین آن، نامه‌های تبلیغاتی است که برای هر شغل، مبتنی بر همین تجربه‌ها در قالب واژه‌هایی از جنس همان مشاغل تدوین شده است؛ به گونه‌ای که اگر برای افراد مثلاً در شغل آتش نشان، مهمانداران هواپیما، کابینت‌سازان، و... ارسال شود، قطعاً تحت تأثیر قرار می‌گیرند. این همان رمز اصلی این کتاب است تا بتوانید با افراد هر شغل به گونه‌ای ارتباط صمیمانه برقرار کنید که شما را بپذیرند، پرسش کنند تا بتوانند تصمیم بگیرند که اگر "بیمه‌ی عمر" نخرند، چه تبعات زیان‌آوری در زندگی، بویژه در سالهای پایانی عمر و دوره‌ی بازنشستگی پیش روی آنهاست.

پیشنهاد می‌کنم فعالان و کارگزاران بیمه قبل از استفاده از این کتاب، راهنمای استفاده از کتاب را بخوانند که از صفحه‌ی ۳۱ شروع می‌شود.

تاکنون در ایران، کتابی جامع با این زاویه‌ی دید برای "بیمه‌ی عمر" تدوین و منتشر نشده است. شایسته است از مؤلف کتاب - آقای حامد عسگری - برای این فعالیت مجدانه و دشوار که با پیگیری تام و تمام در طول ۴ سال به انجام رسانده‌اند، قدردانی کنم.

این کتاب، دستورالعمل‌های کاربردی و موبه‌مو دارد تا بتوانیم بخوبی بیمه‌ی عمر را متناسب با هر شغل، بفروشیم. در تمامی این مراحل، کتاب با نماینده و کارگزار بیمه همراه است از:

(۱) تبلیغ نویسی

(۲) گفت‌وگوی تلفنی با مشتری با هدف تنظیم جلسه‌ی ملاقات

(۳) مدیریت گفت‌وگو در جلسه‌ی ملاقات حضوری با مشتری

علاوه بر این، درباره‌ی نثر روایی و داستان‌واره‌ی این کتاب نیز توضیح مختصری داده باشم. هر شغل آنچنان خوب، داینسین و واقعی، با زبان کلمات و در قالب واژه‌ها ترسیم شده است که با مطالعه‌ی آن دقیقاً به حس یک پرستار، یک ارتش، یک انار ساختمانی و... دست می‌یابیم و این است رمز و راز موفقیت این کتاب تا بتواند فعال و کارگزار بیمه را - گونه‌ای رشد و پرورش دهد که در میدان عمل، به گونه‌ای وارد شود که هر یک از این مشاغل احساس می‌کنند به شخصی از جنس خودشان قرار است منفعتی را تقدیمشان کند.

از امتیازات منحصر به فرد این کتاب این است که افزون بر این توضیحات کیفی، به صورت کمی با عدد و رقم نشان می‌دهد که آیا می‌توان به شخص خاص و فرد خاص، بیمه فروخت یا خیر. نوع محاسبات آنقدر سهل و ساده است که افراد به سهولت می‌توانند محاسبه کنند تا به این تصمیم برسند که شخص مراجعه‌کننده یا شخصی که باید به او مراجعه کرد، آیا توان پرداخت دارد؟ آیا توان پرداخت دارد؟ و از همه مهمتر آنکه بالاخره خرید بیمه، رخ می‌دهد یا خیر؟

همین امتیاز به تنهایی کافی است تا نمایندگان، فروشندگان و کارگزاران بیمه بدانند تا چه حد باید برای یک شخص خاص با شغل خاص، به لحاظ وقت و انرژی، به سرمایه‌گذاری نمایند و تا چه حد این سرمایه‌گذاری به نتیجه‌ی اصلی یعنی "فروش بیمه‌ی عمر" می‌انجامد. به احتمالاً تصور چنین روشی را در مورد "فروش بیمه‌های عمر" نداشتیم و دلیل این امتیاز در این کتاب نیز آن است که تمام محاسبات و بسترهای لازم را برای محاسبه فراهم کرده است.

به نظرم باید از خانم دیبا دربخش، همسر آقای حامد عسگری نیز قدردانی ویژه‌ای کرد که در طول این ۴ سال فعالیت میدانی مؤلف، صبورانه هم زندگی را پیش برده‌اند و هم در بسیاری از فعالیت‌های مربوط به کتاب، به موازات مؤلف، مشارکت و مساعدت نموده‌اند.

همچنین از همکاران عزیزم آقایان احمد آخوندی، مدیر توانا و دانای انتشارات بازاریابی، و محسن جاویدمؤید، بابت تمام مراحل چاپ و نشر کتاب سپاسگزاری می‌کنم.

تقاضا می‌کنم توصیه و نظرات خود را برای در نظر گرفتن چاپ‌های بعدی کتاب از طریق زیر به ما برسانید:

■ سایت شخصی پرویز درگی: www.dargi.ir

■ نشانی اینترنتی: info@TMBA.ir

■ سایت انتشارات بازاریابی: www.marketingPublisher.ir

■ نشانی اینترنتی: info@marketingPublisher.ir

- نشانی انتشارات بازاریابی: تهران، خیابان آزادی (شرق به غرب)، بعد از خوش شمالی، کوچه‌ی نمایندگی، پلاک ۱، واحد ۱۰
- با شماره‌ی تلفکس: ۶۶۴۳۱۴۶۱ (۰۲۱)
- با شماره‌ی تلفنهای: ۶۶۴۲۳۶۶۷ (۰۲۱) و ۶۶۴۳۴۰۵۵ (۰۲۱)
- با شماره‌ی تلفن همراه شخصی‌ام: ۰۹۱۲۱۹۹۴۲۸۱

نیک جوای‌ی حقایق باشید
بس براننده و لایق باشید
عالم عامل عاشق باشید

گر بخواهید در این یکدم عمر
و به چشم همه نیکان جهان
هدفی ناب بیابید و در راه وصال

سبز باشید
پرویز درگی

www.ketab.ir