

## 目 录

|                     |           |
|---------------------|-----------|
| <b>单元一 人身保险产品营销</b> | <b>1</b>  |
| 任务一 开拓准保户           | 1         |
| 任务二 约访客户            | 4         |
| 任务三 面谈              | 7         |
| 任务四 设计说明人身保险计划      | 9         |
| 任务五 处理异议            | 14        |
| 任务六 促成签单            | 15        |
| <hr/>               |           |
| <b>单元二 人身保险产品解析</b> | <b>23</b> |
| 任务一 健康（疾病）保险产品解析    | 24        |
| 任务二 人寿保险产品解析        | 41        |
| 任务三 人身意外伤害保险产品解析    | 58        |
| <hr/>               |           |
| <b>单元三 人身保险产品承保</b> | <b>71</b> |
| 任务一 核保审核            | 72        |
| 任务二 做出承保决定          | 85        |
| 任务三 缮制保险单证          | 88        |
| <hr/>               |           |
| <b>单元四 人身保险产品理赔</b> | <b>92</b> |
| 任务一 报案受理            | 93        |
| 任务二 立案处理            | 97        |
| 任务三 审核调查            | 97        |
| 任务四 审批结案            | 102       |

|                |     |
|----------------|-----|
| 单元五 人身保险产品客户服务 | 108 |
|----------------|-----|

|            |     |
|------------|-----|
| 任务一 接待客户咨询 | 109 |
|------------|-----|

|            |     |
|------------|-----|
| 任务二 变更保险合同 | 116 |
|------------|-----|

|          |     |
|----------|-----|
| 任务三 保单复效 | 123 |
|----------|-----|

|              |     |
|--------------|-----|
| 任务四 受理“孤儿保单” | 127 |
|--------------|-----|

---

|      |     |
|------|-----|
| 参考答案 | 136 |
|------|-----|

|      |     |
|------|-----|
| 参考文献 | 144 |
|------|-----|

## 单元一

# 人身保险产品营销

## 导言

本单元共分六项任务，以营销一家保险公司的人寿保险为例，依据营销流程完成。六项任务分别是：开拓准保户、约访客户、面谈、设计说明人身保险计划、处理异议、促成签单。

通过学习，学生能够熟悉营销流程；掌握人身保险产品的营销流程；能够结合条款内容分析相关案例；达到保险代理人从业资格考试中对人身保险产品相关知识的要求，具有从事人寿保险工作的综合素质和能力。

## 案例导入

经过保险公司的专业培训，你终于成为一名公司的营销员。作为新人，公司安排你在公司的咨询台做接待，这样可以收集客户资料，积累客户群。

你准备拜访一些缘故客户和陌生客户，做了充分的准备工作之后，与客户电话约访，上门拜访面谈。

通过面谈，了解客户的保险需求，为其设计一份保险计划。之后再次拜访，讲解保险产品计划，解决他的异议问题，当场签单。

## 任务一 开拓准保户

人身保险产品营销要面对保险市场，开发保险客户，因此首先要开拓准保户（图1-1）。

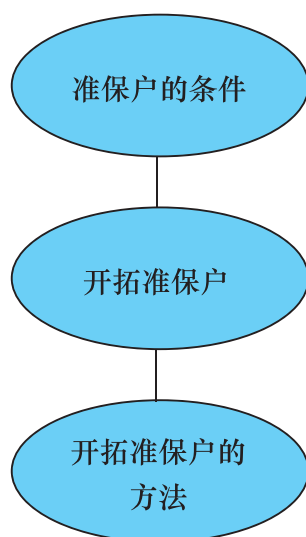


图1-1

## 一、开拓准保户的方法

### （一）陌生拜访

1. 陌生拜访是指从来没有联系过也没有见过就直接销售的客户。陌生拜访是新人开拓市场、进行准保户积累的最有效途径，也是迅速成长的良好平台。在没有缘故市场的前提下，也是唯一可以利用的方式。

2. 陌生拜访的方法。

（1）直接拜访法：直接拜访素不相识的准保户。陌生拜访要有足够的心理准备，采取有计划、有系统的做法，以减少阻力，形成有效的推销。

（2）调查问卷法：在相对比较安静和固定的地方，向路人发放调查问卷，通过已填写的调查问卷得到准保户的信息资料，作为今后拜访的信息。这是经常使用的一种陌生拜访形式。

### （二）缘故开拓

1. 缘故开拓是指利用个人的人际关系，向亲朋好友介绍人身保险，通过亲戚、朋友、同学、同事等人群来发掘客户。

2. 缘故开拓的特点：易被准保户接受，从而增加营销员的信心，成功率较高。

### （三）转介绍

1. 转介绍是指利用缘故关系以及原有保户的介绍，展开连锁性发掘工作。找到影响力中心，能使人身保险营销更顺利地获得好业绩。

2. 转介绍的特点：被介绍的人有信任感，而信任感正是促使准保户购买的第一要素。通过介绍人，可以大大提高工作效率，成功率也更大。

3. 采用转介绍的方法应注意以下问题：可以向介绍人了解转介绍客户的基本情况，拜访结束后应及时告诉介绍人访问结果并表达谢意，懂得感恩。

## 二、准保户的条件

### （一）有经济能力

将来能负担得起保费的人。

### （二）有人身保险需求

不要在一个极其抵触人身保险或自认家财万贯足以承担一切风险的人身上花太多时间。有人身保险需求的人群包括：

1. 新婚夫妇：以便在自己遭遇不幸时，能保障心爱的人的生活。

2. 初为人父母的人：以便为孩子留下一份永恒的爱心，为孩子的将来留下可观的教育费、婚嫁费。

3. 中年人：以筹措养老资金，或保障家人主要财务来源或身故后能维持生活的所需。

4. 经商者：他们一般有丰厚的收入，但不能保障日后的收入水平，所以尽可能在年轻能挣钱时购买保险，以便保障家人的生活水平。

### （三）身心健康

对于健康状况不能通过核保或品行恶劣有不良企图的人，应及时放弃。

### （四）容易接近

例如，认同人身保险的人、特别孝顺的人、注重健康保障的人等。

 **想一想：**依据表1-1中所述准保户的条件，思考我们为什么会选择张先生作为准保户进行拜访。

表1-1

|               |                          |    |             |             |                        |
|---------------|--------------------------|----|-------------|-------------|------------------------|
| 姓名            | 张××                      | 性别 | 男           | 住址          | 略                      |
| 学历            | 大学本科                     | 年龄 | 36          | 职业          | 公司职员                   |
| 婚否            | 已婚                       |    | 电话:         | 139×××××××× |                        |
| 对保险了解程度       | 不感兴趣<br>感兴趣√             |    | 平均年收入       |             | 6万                     |
| 是否投保          | 没有<br>投了<br>打算投保√        |    | 投过哪些公司保险    |             | 无                      |
| 您比较关心哪些方面的问题呢 | 健康 养老<br>意外 理财√<br>子女教育√ |    | 您现在在哪些方面有投资 |             | 股市√ 基金<br>银行 房地产<br>其他 |
| 医疗费自负的部分      | 5万√ 10万<br>10万以上         |    | 备注          |             | 担心保险公司拒赔，不知道哪家更便宜      |

📖 课外阅读

营销员访问的对象，可能讲理，也可能不讲理，因此纵使做了万全准备，如果碰到不讲理的准保户，遭拒绝或不被礼遇是自然现象。

另外，即使对方原来是讲理的人，碰巧情绪不佳，也会变得不可理喻。这时造访的营销员每每莫名其妙地成为冤枉的出气筒。别气馁！这些因情绪不好而发泄到你身上的准保户，事后一定觉得愧疚而有形无形地补偿你。

## 任务二 约访客户

约访客户由约访之前的准备工作、电话约访、制订访问计划等工作步骤组成（图1-2）。

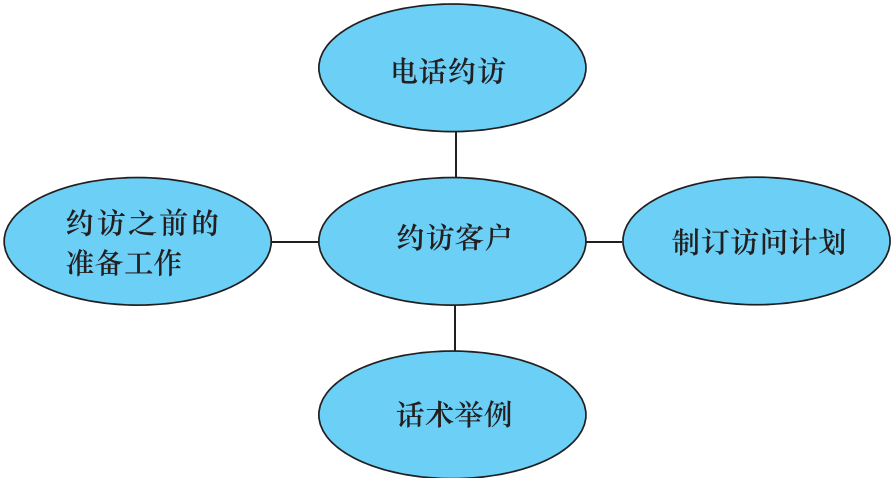


图1-2

## 一、约访之前的准备工作

### （一）形象上的准备

一般着职业装，但也可以根据场合适度选择适合的服装，还要学习各种礼仪常识。

### （二）资料上的准备

名片、身份证、引荐信、所要销售的产品样品以及与之相关的宣传资料，具体包括：公司简介、示范保单、计划书、费率表、保险案例、代理人资格证以及进行产品演示的辅助用具、记事用的本子和笔等。

### （三）心理上的准备

营销员在访问之前，一方面应该做最好的准备，另一方面应该做最坏的打算。另外，绝不强迫准保户购买，坚持专业服务，帮助对方认识保险特别是意外保险的意义。

## 二、电话约访

### （一）电话约访的目的

电话约访的目的主要是约定面谈时间和面谈地点，最好不要在电话中讲解保险产品。

### （二）电话约访程序

1. 自我介绍；
2. 确认通话是否方便；
3. 说明打电话的原因及两个拜访时间的选择；
4. 异议处理；
5. 再次确认拜访时间。

### 三、访问计划

- (一) 确定访问对象：了解客户的基本情况，做到心中有数。
- (二) 确定访问目的：初次拜访还是再次拜访，或递送保单等。
- (三) 确定访问时间：一般为上午10点至11点半或下午2点至5点。
- (四) 选择访问地点：选择相对安静的地方面谈，比如办公室或者咖啡厅。

### 四、话术举例（以缘故开拓客户为例）

#### （一）介绍自己

保险营销员：您好！您是××吗？

客户：我是，你哪位？

保险营销员：您好，我是××保险公司业务员××。

#### （二）确认是否通话方便

保险营销员：老同学，我是××啊。你好啊！现在说话方便吗？

客户：哦，是你啊，今天怎么有空打电话？

保险营销员：好久不见你，怎么样，生意不错吧？

#### （三）说明打电话的原因及两个拜访时间选择

保险营销员：是这样的，最近我公司新增了一些理财业务，好想听听您的高见，您看明天下午3点还是后天上午9点方便，我过去一下？（请您喝茶？）

#### （四）异议处理

客户：最近比较忙，有空我过去！

保险营销员：太好了，就想跟你聊聊天，希望您能给我指导指导！您看明天下午3点或后天上午9点方便吗？

#### （五）再次确认拜访时间

客户：那就明天下午吧！

保险营销员：好！那明天下午3点我在办公室等您！再见！

❓ **想一想：**拜访客户要注意哪些礼仪问题，请收集有关礼仪的知识，比如握手礼、递交名片的礼仪，并相互演练。

### 课外阅读

1. 打电话要保持微笑，客户通过声音是能够听得出来的；
2. 客户拒绝是正常的，是本能的反应，主要达到见面的目的即可；
3. 电话约访的目的是争取面谈的机会；
4. 电话约访的要领：目的明确，言辞简洁，不要谈保险，语气坚定连贯，运用二选一法则提出会面要求。

## 任务三 面谈

面谈由面谈前的准备、引导客户需求等工作步骤组成（图1-3）。

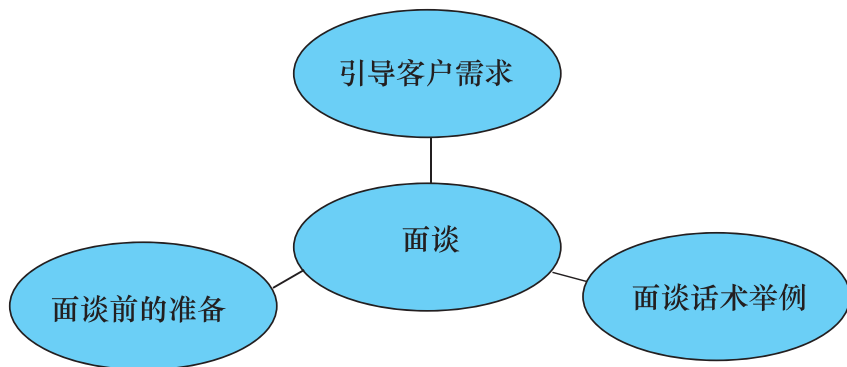


图1-3

### 一、面谈前要充分准备

#### （一）出发前

最好与客户通电话确认一下，以防临时发生变化；选好交通路线，算好时间出发；确保提前5至10分钟到达。到了客户办公大楼门前再整装一次。如提前到达，不要在被访公司溜达。

## （二）进入室内

面带微笑，向接待员说明身份、拜访对象和目的，从容地等待接待员将自己引到会客室或者受访者的办公室。向准客户问候、握手、交换名片。客户请人奉上茶水或咖啡时，应表示谢意。

## 二、引导客户需求

- （一）寒暄；
- （二）发现保险需求；
- （三）需求分析。

## 三、面谈话术举例（以缘故开拓客户为例）

### （一）寒暄

保险营销员：“您好，表姐。好久不见，气色还那么好，这关注健康的人就是不一样啊！”

客户：“谢谢！现在空气污染大，工作压力又大，不关注健康不行啊！你现在在哪里工作呢？”

### （二）发现保险需求

保险营销员：“我现在在保险公司工作。”

客户：“你怎么上保险公司啦？”

保险营销员：“我原来和您一样想法。去了之后，通过学习才知道，保险也是金融行业，是三大经济支柱之一。而且这份工作非常富有挑战性，我觉得很有趣！”

客户：“哦！那你好好干吧！”

保险营销员：“表姐，我在新人培训班学习的知识正好想向您演练一下，您帮我看看我说得怎么样，行吗？”

客户：“那好吧。”

保险营销员：“您一定听说过这样一句俗语：‘吃不穷，穿不穷，没有计划就会

穷。’这反映了一些现实问题。也就是说，年轻的时候不做好年老时的打算，老了以后的生活就一定会很苦，我想您一定想做好以后的打算，且你们夫妻二人都是职业人士，收入处于中等水平。上有老，下有小，使你们进入了责任感最强的时期，因此，对于提高家庭保障水平的要求非常迫切。”

(三) 需求分析

保险营销员：“所以对于你们夫妇来说，首先应考虑的是人身保险。考虑到家庭储蓄状况，您先生的人身保险保额应该高于您的人身保险保额，因为他是家庭的经济支柱。人身保险里的重点在重疾险，对于您的家庭来说，健康险应首先考虑重大疾病险。其次考虑子女保险，其中意外险和教育金保险非常重要，因为小孩子活泼好动，磕磕碰碰总是难免，所以要选择有意外医疗责任的意外险。另外条件允许的话，可以继续考虑养老险。对于养老险，可选万能型，因为养老是一项长期理财规划，安全性和收益性是重点。”

客户：“你说得有道理，你就帮我做一份重大疾病的保险吧，我看看费用如何。”

📖 课外阅读

表1-2 引起他人注意的说话内容

| 自尊心                      | 消息     | 利益          | 兴趣   |
|--------------------------|--------|-------------|------|
| 给予对方讲述得意的机会。<br>如老人的成功历史 | 热门的话题  | 赚钱的办法       | 体育比赛 |
| 称赞对方扩大化的自我               | 同等的消息  | 节省开支的办法     | 运动   |
| 倾听对方的创业史                 | 详尽的内幕  | 合理建议        | 流行时尚 |
| 尽量让对方说                   | 人人关心的事 | 股票、国债、利率的调整 | 旅游等  |

注：注意引导客户说出自己的需求，注意谈话的中心内容。

任务四 设计说明人身保险计划

设计说明人身保险计划由人身保险计划书包括的内容、保险产品组合方案、设计保险方案的原则、三分钟说明保险计划书等工作步骤组成（图1-4）。

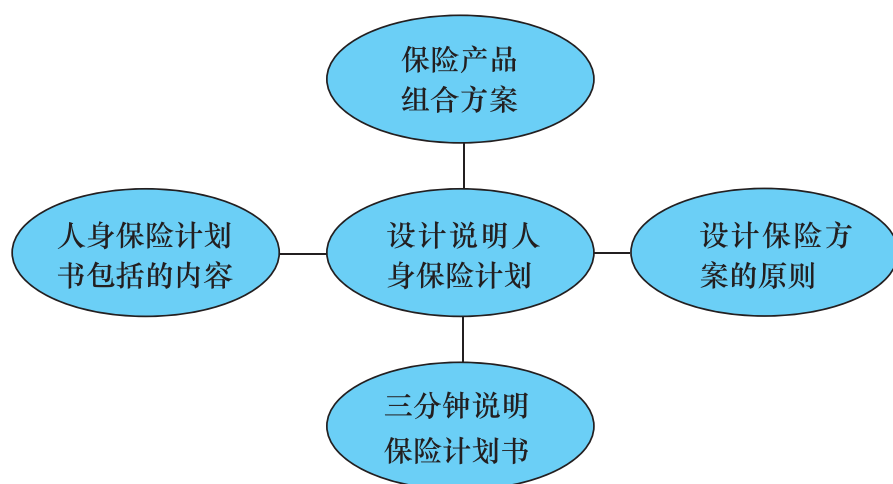


图1-4

## 一、人身保险计划书包括的内容

（一）包括方案的名称、保户姓名、方案设计人。注明：“本方案仅供参考，详细内容以正式条款为准。”

（二）公司简介。

（三）需求分析：对保户做需求分析说明，帮助保户明确他们的需求，这样便于了解营销人员的设计思路。

（四）保险产品组合方案的特色、优势分析。

（五）保险产品的利益和服务项目。

（六）附上相应的保险产品条款。

## 二、保险产品组合方案

贯彻以最合理的成本获得最全面的保障、促进销售等原则，保险产品组合思路常用的有以下几种。

### （一）主附搭配

主附搭配即主险和附加险之间的合理搭配，如主险和主险、主险和附加险。

1. 主险包括：终身险、定期险、生死两全险、年金险等。

2. 附加险包括：意外伤害、意外医疗、住院、住院津贴、附加定期险等。

## （二）功能搭配

功能搭配即不同功能的险种搭配。如：保障型（包括人身保险、健康医疗保险、养老保险）、储蓄返还型、投资型产品之间的搭配。

## （三）不同保险期限或交费期限产品的搭配

如长期险和短期险搭配。一般财产险、意外险、医疗险大多属于短期险，终身险、养老险、健康险都属于长期险。

# 三、设计保险方案的原则

1. 一般以个人或家庭年收入的15%~20%为合理的保费支出。
2. 确定交费方式：一般可设计为年交，收入不稳定的私营业主建议趸交。
3. 保障型的险种以收入的5%~10%为保费就足够了。
4. 先保障后储蓄盈利。保障型险种年轻时购买费率较低，随年龄增大保费也会提高。所以讲明利害关系，建议准保户选择先保障后储蓄。
5. 夫妻互保。销售人员要在了解准保户的家庭情况后，以家庭为单位设计保险方案，让夫妻双方互相投保，互为受益人，做一个完整的家庭保障。
6. 突出重点。面面俱到的保险方案保费较高，而好的保险方案应该以准保户需求为主。例如，经过分析发现准保户需要健康、养老、意外等险种，通过排序，健康保险最重要，其次是意外保险，最后才是养老保险，以免因为保费过高吓退准保户。在分清主次的基础上，先满足最突出的需求，然后提出长远规划，这样也易于签单。
7. 先大人后小孩的原则。许多家庭以孩子为中心，认为孩子应该得到保障，就先给孩子上保险。实际上其父母一旦发生任何意外，孩子却得不到赔付，而且他们没有经济来源，因此，应当遵循父母有了保险保障后，再给孩子上保险的原则，才是最合理的。

## 四、三分钟说明保险计划书

一般营销人员不要占用客户太多时间，要言简意赅地介绍清楚产品的特点，特别是事关客户利益的，尤为重要。所以建议从以下四个方面介绍产品计划书，效果

较好。

1. 背景说明：重申保险意义和保户需求。
2. 产品特色（可以配计划方案或图式）。
3. 举例说明（针对准保户来设计一个第三者举例，切忌不要直接比喻客户）。
4. 促成。

## 五、说明人身保险计划话术举例（以康宁终身保险为例）

### （一）背景说明：重申保险意义和保户需求

“您看对于您的家庭来说，健康险应考虑重大疾病险。主要的参考因素有：医药费、营养护理费、个人收入缺口，以及其他渠道可以用得上的钱。您又是家里的经济支柱，所以我为您设计的是一份我们公司的经典产品——康宁终身保险，是集重疾、高残、身故保障于一体的保险。”

### （二）产品特色（可以配计划方案或图式）

此保障还有以下附加功能：一份保费、多份保障；权益转换、自动垫交；减额交清、保单贷款。

承保年龄：6个月～70周岁。

您的保险利益：

1. 重大疾病保险金——本公司按基本保额的二倍给付重大疾病保险金，重大疾病保险金给付责任终止，但合同身故保障尚未终止。

2. 豁免保费——被保险人重大疾病如发生在交费期内，则豁免以后保费，本合同继续有效。

3. 身故保险金——被保险人身故，按基本保额的三倍给付，但应扣除已给付的疾病保险金，本合同终止。

4. 高残保险金——被保险人高残，按基本保额的三倍给付，但应扣除已给付的疾病保险金，本合同终止。

缴费方式：为您设计为20年期缴费。

保障多种重大疾病：比如心脏病（心肌梗死）、脑中风、癌症等十种常见重大疾病。

责任免除：比如投保人对被保险人的故意杀害、被保险人吸毒、酒后驾车造成死亡等情况公司不予赔偿，只是向投保人退回本合同的现金价值。当然，我们一般人是不会发生这类事情的。

(三) 举例说明

比如：某先生，30岁，购买本保险，月存保费262.5元，合计每年存3 150元，本公司就为其建立一个基本保额为100 000元的保险账户。

1. 发生大病，一旦确诊，立即赔付20万元大病保险金，以解燃眉之急，且免交以后应缴保险费。
2. 因意外或疾病引起的高残，即可赔付30万元生活补助金，维护生命尊严。
3. 一生平安健康至身故，20年共存6.3万元，而收益人却可领30万元免税身故关爱金，一份保险两代受益！

(四) 促成

“您看这个计划保额是少了还是多了？”通过此类型的话术促成签单。

📖 课外阅读

表1-3 生命周期与保险建议

| 生命周期  | 年龄      | 收入 | 开支   | 保险需求点             | 保险建议  |                           |                         |
|-------|---------|----|------|-------------------|-------|---------------------------|-------------------------|
|       |         |    |      |                   | 特色    | 险种组合                      | 需求分析                    |
| 单身期   | 18 ~ 23 | 较少 | 较多   | 医疗费、教育年金          | 保障储蓄  | 人寿保险+健康保险                 | 万一出险，医疗和意外伤害保险          |
| 新婚期   | 24 ~ 30 | 一般 | 增大   | 医疗费、家庭生活费         | 保障型   | 定期寿险、终身寿险+医疗健康保险          | 低保费，高保障；体现经济支柱责任人的重要性   |
| 家庭成长期 | 31 ~ 45 | 上升 | 培养孩子 | 医疗费、家庭生活费、养老、投资理财 | 综合型   | 定期寿险、终身寿险+医疗健康保险+养老金+投资分红 | 保障全面，提高生活品质，获利高而可靠，合理避税 |
| 家庭成熟期 | 46 ~ 60 | 高  | 高档消费 | 医疗健康、投资理财         | 保障理财型 | 定寿、终寿+医疗健康+投资分红           | 合理避税，经济保障，获利高而可靠        |
| 养老期   | 60以上    | 低  | 疾病伤残 | 医疗费               | 保障型   | 医疗+健康                     | 低保费、高保障、经济保障            |

## 任务五 处理异议

“处理异议”任务包括分辨客户异议的类型、明确客户异议处理程序、实施具体异议处理话术（举例）等工作步骤（图1-5）。

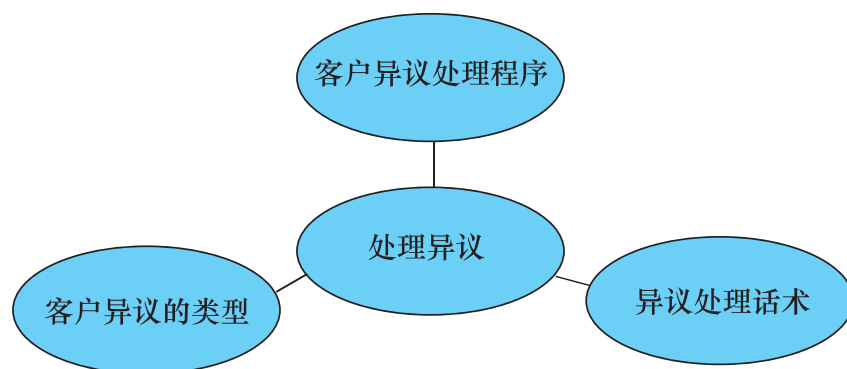


图1-5

### 一、客户异议的类型

#### （一）价格异议

在销售过程中，最常见的异议类型，是客户最关心自己的切身利益关系。例如，“价格太贵了”。

#### （二）需求异议

客户在需要方面产生异议。根源有两个，一方面是真的不需要保险，另一方面是对保险有成见和偏见。例如，“我不需要这东西”“我早就有了”。

#### （三）购买时间异议

客户有意拖延购买时间而提出反对意见。例如，“我不能马上决定，考虑一下再说吧”。

#### （四）支付能力异议

客户以无钱购买为理由提出异议。例如，“我的钱都还贷款了，没钱买保险”。

## 二、客户异议处理程序

- (一) 仔细聆听;
- (二) 辨别真伪;
- (三) 给予认同;
- (四) 解释处理。

## 三、异议处理话术举例

客户：“我想和其他公司的保险产品比较一下。”

保险营销员：“李总，您考虑的问题也是不无道理的。但我想问您，您在选择保险产品产品的同时，是否知道保险产品并没有好坏之分。因为买保险的人有年龄、性别、收入、健康状况等差异，所以您应该问这个险种搭配是否适合您。您不妨从三个方面考虑：1. 保险品种；2. 寿险公司；3. 保险代理人。如果您能根据自己的实际需要，选择适合自己情况的保险品种，就能真正从保险中受益。”

# 任务六 促成签单

当身为保险代理人的你与客户交流进行到一定程度遇到障碍时，要设法促成对方做出最后决定，从而促成签单（图1-6）。可以尝试使用假象成交、二择一、诱导客户主动成交等方法。

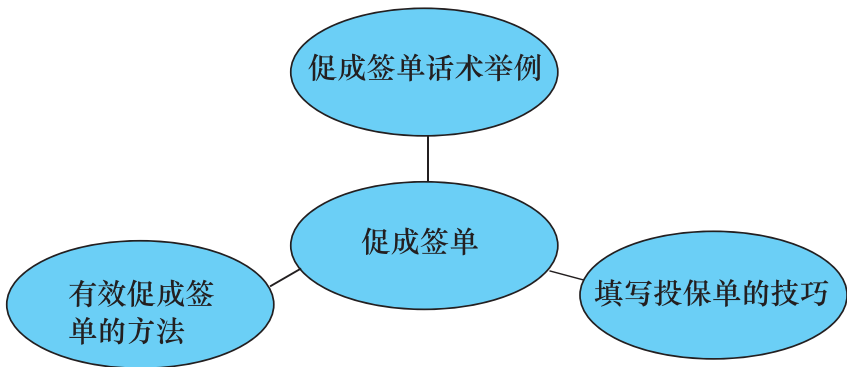


图1-6

## 一、有效促成保险签单的方法

1. 假象成交法：假定准客户准备投保的基础上提出“您是年交还是月交”，但要平稳过渡。
2. 二择一法：保险销售员应避免和客户讨论是否投保的事，而是直接向客户发问：“是保一份还是两份？”
3. 诱导客户主动成交。

## 二、促成签单话术举例

保险营销员：“如果您没有问题了，那我们就先来填写一下投保单吧！”

客户：“那好吧！”

保险营销员：“请您在这里签字，这两天您把保费存入该银行账户中，我把投保单带回公司去核保，有消息我会联系您的。我还有一位客户在等我，再见！”

## 三、填写投保单的技巧

### （一）周岁的计算

- 1.（投保时已过生日）周岁=投保年份-出生年份
- 2.（投保时未过生日）周岁=投保年份-出生年份-1

例1：被保险人1977年1月5日出生，2009年10月10日投保。

被保险人周岁= 2009-1977= 32（岁）

例2：被保险人1977年11月20日出生，2009年10月10日投保。

被保险人周岁= 2009-1977 -1 = 31（岁）

### （二）按费率表计算保费

1. 计算年龄。
2. 按年龄和缴费期限找到费率。
3. 按保险金额相应计算保费。

### （三）人民币（金额）大写和数位大写的书写

壹、贰、叁、肆、伍、陆、柒、捌、玖、拾、佰、仟、万。

### （四）注意事项

1. 指导客户认真填写投保单，不得涂改，不要代替客户填写投保单。
2. 对于人身保险特别要注意对被保险人的风险控制，提醒客户如实告知，免得影响理赔。
3. 指导客户对受益人的填写必须具有保险利益关系。
4. 金额书写不得涂改。

 **想一想：**请查阅费率表，然后计算2012年12月1日投保，1978年11月20日出生的男性，年交保费为10年期，他的保费是多少。

保额10 000元，费率表如表1-4所示。

表1-4 费率表

| 投保年龄 | 10年年交 |     | 20年年交 |    |
|------|-------|-----|-------|----|
|      | 男性    | 女性  | 男性    | 女性 |
| 33   | 153   | 138 | 87    | 78 |
| 34   | 157   | 141 | 89    | 80 |

### 课外阅读

1. 填写投保单时，我国保险立法要求投保方履行其告知义务的形式是询问问答。
2. 填写投保单争议处理方式一般建议采用法院诉讼方式处理，可以保护被保险人利益。
3. 诚实信用作为保险代理从业人员的职业道德原则，应贯穿于职业活动的各个方面和各个环节。
4. 根据《保险营销员管理规定》，保险营销员取得的主要报酬是手续费或佣金。
5. 根据《保险营销员管理规定》，保险营销员从事保险营销活动时，不得泄露投保人、被保险人、受益人、保险公司的商业秘密或者个人隐私。
6. 在我国，保险代理机构的种类包括专业保险代理机构和保险兼业代理机构。
7. 根据《保险营销员管理规定》，保险营销员代为办理保险业务，与保险公司签订委托协议时，不得同时与两家或者两家以上保险公司签订委托协议。

8. 根据《保险营销员管理规定》，保险营销员销售分红保险、投资连接保险、万能保险等新型保险产品的，应当明确告知客户此类产品的费用扣除情况，并提示购买此类产品的投资风险。

9. 保险代理人与经纪人的区别之一是代理权限不同。其中，保险代理人的权限是代理销售保险人授权的保险产品。

## 单元小结

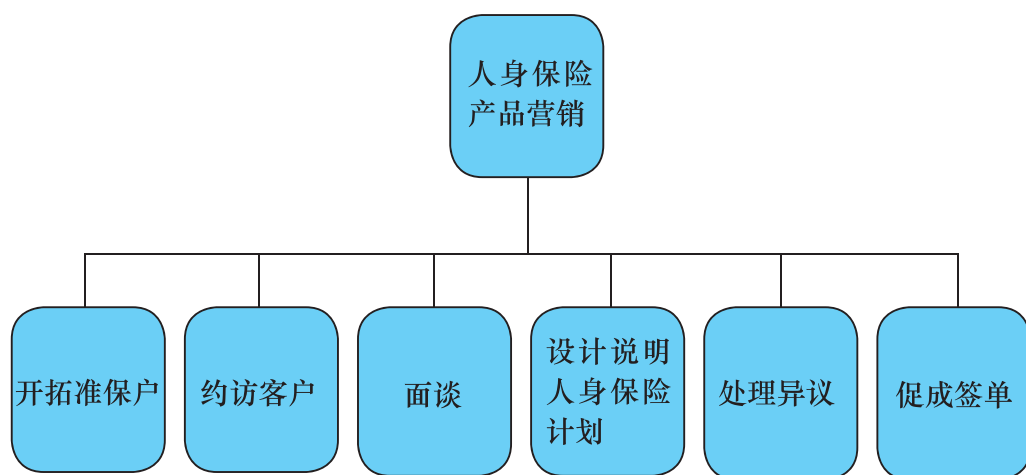


图1-7

## 单元检测

### ❖ 填空题

1. 开拓准保户的方法有（      ）、（      ）、（      ）。
2. 陌生拜访的方法有（      ）、（      ）。
3. （      ）是指利用个人的人际关系，向亲朋好友介绍人身保险，通过亲戚、朋友、同学、同事等人群来发掘客户。
4. 约访之前的准备工作主要有（      ）、（      ）、（      ）方面的准备。
5. 设计保险方案的原则一般以个人或家庭年收入的（      ）为合理的保费支出。
6. 家庭购买保险时，应当遵循（      ）有保险后，再给（      ）上保险的原则，才是最合理的。
7. 客户异议的类型有（      ）、（      ）、（      ）、（      ）。

8. 有效促成签单的方法有（      ）、（      ）、（      ）。
9. 写出1~10的中文大写（      ）。
10. 投保人对受益人的填写必须具有（      ）关系。

❖ 单选题

1. 下列选项中不属于准保户基本条件的是（      ）。
  - A. 有保险需求的人
  - B. 有经济条件的人
  - C. 身体健康的人
  - D. 任何人都可以入保险
2. 被保险人年龄一般在（      ）。
  - A. 0~40岁
  - B. 0~50岁
  - C. 3~70岁
  - D. 0~70岁
3. 下列情形中导致的被保险人身故、身体高度残疾或患重大疾病，由公司负保险责任的是（      ）。
  - A. 投保人、受益人对被保险人的故意行为
  - B. 被保险人故意犯罪、拒捕、自伤身体
  - C. 被保险人服用、吸食或注射毒品
  - D. 被保险人在本合同生效（或复效）之日起两年后自杀
4. 异议的种类不包括（      ）。
  - A. 真实的异议
  - B. 假的异议
  - C. 隐藏的异议
  - D. 口头异议
5. 不属于常用准保户开拓基本途径的是（      ）。
  - A. 缘故法
  - B. 打折法
  - C. 转介绍法
  - D. 陌生开拓法

6. 生命周期不包括（ ）。
- A. 单身期
  - B. 新婚期
  - C. 家庭成熟期
  - D. 儿童期
7. 年龄计算：2009年10月投保，1973年11月出生的投保年龄为（ ）。
- A. 34
  - B. 35
  - C. 36
  - D. 37
8. 不属于投保单必填项目的是（ ）。
- A. 姓名
  - B. 性别
  - C. 有无兄弟姐妹
  - D. 年龄
9. 不属于售后服务内容的是（ ）。
- A. 递送保单
  - B. 陪同体检
  - C. 理赔服务
  - D. 承保出单
10. 售后服务的联络方法最好不采取（ ）。
- A. 登门拜访
  - B. 电话问候
  - C. 让人转达问候
  - D. 书信问候
11. 不属于保障类保险的是（ ）。
- A. 人身保险
  - B. 健康医疗保险
  - C. 投资分红类保险
  - D. 养老保险

12. 接洽也可称为（ ）。
- A. 寒暄
  - B. 初次面谈
  - C. 异议处理
  - D. 产品说明
13. 一个家庭中最应该先给（ ）上保险。
- A. 小孩
  - B. 老人
  - C. 家庭经济支柱
  - D. 丈夫
14. 设计保险方案的步骤不包括（ ）。
- A. 准保户资料的收集
  - B. 准保户保险需求分析
  - C. 拟定保险产品组合
  - D. 产品说明
15. 准保户购买的信号不包括（ ）。
- A. 语言信号
  - B. 动作信号
  - C. 急躁信号
  - D. 表情信号

❖ 判断题（对的打“√”，错的打“×”）

- （ ）1. 仪容主要注意三点：自然、干净和卫生。
- （ ）2. 暖色调（红、橙、黄等）给人以温和、华贵的感觉。
- （ ）3. 现代女性追求流行的时装，展业时也要穿得夸张时尚。
- （ ）4. 上下级之间握手，下级伸手后，上级才能伸手。
- （ ）5. 正确地打电话：电话拨通后，先报上自己的公司及姓名，请对方转接，检查及落实所有必要的信息。
- （ ）6. 缘故开拓即利用缘故关系以及原有保户的介绍，展开连锁性发掘工作。
- （ ）7. 转介绍也就是利用个人的人际关系，向亲朋好友介绍人身保险。
- （ ）8. 接洽时就要向客户介绍我们的产品，以及介绍清楚产品的特点。

( ) 9. 保险产品组合思路常用主附搭配, 即主险和附加险之间的合理搭配。例如, 主险和主险、主险和附加险。

( ) 10. 为孩子设计险种时, 经济实力一般: 教育储蓄险; 经济实力较强: 儿童意外险、医疗险和重大疾病险。

( ) 11. 保险费交付方式分为趸交、年交、半年交, 分期交付保险费的交费期间又分为10年和20年, 投保人不能选择, 应按规定交付。

( ) 12. 推定承诺法即假定准保户已经同意购买, 主动帮助准保户完成购买的动作。这种动作通常会让准保户做一些次要重点的选择, 而不是要求他马上签字或拿出现金。

( ) 13. 以前准保户一般采取静听的方式, 倾听营销员介绍, 当他反复提问, 或亲自翻阅资料时表明其有意购买保险产品。

( ) 14. 投保人和被保险人需亲笔签名, 但被保险人为未成年人, 无完全民事行为能力能力的, 任何人代签本人名字均可。

( ) 15. 受益人必须是实际已经存在的, 不能为不确定的人, 比如我未来的儿子或女儿。

( ) 16. 根据保险公司理赔程序, 报案后就可以进行理赔了。

( ) 17. 一般以个人或家庭年收入的15%~20%为合理的保费支出。

( ) 18. 保险金额一般为年收入的3倍即可。

( ) 19. 给客户设计保险方案遵循先投资理财产品, 然后再买保障型产品的原则。

( ) 20. 设计保险方案应按照先小孩再大人的原则进行。

## ❖ 简答题

1. 常见的保险产品组合方案有哪些?
2. 设计保险方案的原则有哪些?