

درس‌هایی از برترین‌های فروش بیمه‌ی عمر

هر آنچه از فروشندگان برتر بیمه‌ی عمر
(اعضای ام. دی. آر. تی) آموختم

تالیف: نیکو بیهی

علیرضا شکوهی

دارای تجربه حضور در ۱۰ نشست فروشندگان بیمه‌ی عمر جهان



انتشارات پوشش‌رگستر ■

سرشناسه: شکوهی، علیرضا ۱۳۴۴ -
عنوان و نام پدیدآور: درس‌هایی از برترین‌های فروشندگان ایرانی: آنچه از فروشندگان برتر بیمه عمر (اعضای ام.دی.ارنی) آموختم / تصف و ترجمه‌ی علیرضا شکوهی.
مشخصات نشر: تهران: پوشش‌گستر، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری: ۱۹۱ ص: مصور (رنگی).
شابک: 978-600-6643-11-3
وضعیت فهرست‌نویسی: فیا
موضوع: بیمه عمر - بازاریابی؛ فروشندگی - بیمه؛ بیمه - سازمان‌ها - مدیریت
رده‌بندی کنگره: ۸۵۴ / ش ۸۸۷۶ / HG
رده‌بندی دیویی: ۳۶۸/۳۲
شماره کتابشناسی ملی: ۳۴۲۴۲۱۵



انتشارات پوشش گستر

سایه های از برترین های فروش بیمه ای عمر

ویراستار: فروشنده های برتر بیمه ای عمر

(اعضای دی. آر. تی) آموختیم

علیرضا شکری

ویراستار: محمدمحمدیگی

چاپ اول: بهار ۱۳۹۳

تعداد: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: کتاب شمس

شابک: ۳ - ۱۱ - ۱۶۴۳ - ۶۸۰۶۰۰

ISBN: 978-600-6643-11-3

ناشر: پوشش گستر

کلیه ی حقوق چاپ و نشر برای نویسنده محفوظ است.

وبسایت نویسنده: www.mdrt.ir

پست الکترونیکی نویسنده: shokoohi@mdrt.ir

مرکز پخش: ۴۴۴۵۷۰۸۰۶

نشانی: تهران، میدان رسالت، خیابان نیروی دریایی، کوچه شیرین، شماره ۵۴، طبقه همکف

کد پستی ۱۶۷۶۸۷۳۸۸۱ تلفن و دورنگار ۷۷۸۰۱۹۹۸ همراه ۰۹۱۳۳۴۹۹۰۲۱

پست الکترونیکی poosheshgostar@yahoo.com

وبلاگ www.poosheshgostar.blogfa.com

قیمت: ۹۵۰۰ تومان

فهرست مطالب

۱۳	پیشگفتار نویسنده و مترجم
۱۷	درباره‌ی انجمن ام.دی.ا.ر.تی
۲۰	مأموریت
۲۰	پیشینه
۲۱	منشور اخلاقی
۲۱	طرح راهبردی
۲۱	کمیته‌ی اجرایی
۲۱	اعضای «عادی و ویژه» و اعضای «برتر»
۲۲	نشست سالانه
۲۲	اجلاس سالیانه‌ی اعضای ویژه
۲۳	بنیاد خیریه
۲۳	عضو ذیصلاح
۲۳	عضو ذیصلاح دائمی
۲۴	عضو دائمی
۲۴	حد نصاب کارمزد برای اعضا
۲۴	فروشنده‌گان عادی و ویژه

۲۴	فروشنندگان برتر
۲۴	انواع درآمد حاصل از بیمه‌ی عمر
۲۵	سایر درآمدها
۲۵	داده‌هایی درباره‌ی اعضا
۲۶	ساختار انجمن
۲۶	مزایای عضویت
۲۷	برنامه‌های تدارکاتی همایش
۲۷	مفهوم بانک کامل
۲۷	برنامه‌ی آموزشی
۳۱	دیدگاهی برای فروش
۳۱	آمادگی پیش از فروش
۳۴	احترام و خوش رفتاری
۳۴	وقت‌شناسی و وفای به وقت
۳۴	اغراق نکردن
۳۴	پاسخ سراسری ندادن
۳۴	رازداری
۳۴	وفاداری به سازمان
۳۵	انگیزه داشتن
۳۸	فروش به تنهایی کافی نیست
۳۸	داشتن برنامه‌های روشن برای فروش
۴۰	در فروش، راه میانبر وجود ندارد
۴۲	بهترین باشید
۴۲	مهم، علایق مشتری است نه علایق ما
۴۵	نقش آشنایی شخصی در فروش
۴۵	مشتریان چه پرسش‌هایی از خود می‌پرسند؟
۴۸	مشتریان چه چیزی را دوست دارند؟

۵۰	اطمینان بخشیدن در اولین ملاقات
۵۲	ظاهر آراسته
۵۳	ظرافتی که کمتر رعایت می شوند
۵۶	خوش لباس باشیم ولی نه بیش از حد رسمی
۵۷	صدا و لحن گفتار
۵۹	واضح و صریح صحبت کنید
۵۹	محاوَره‌ای صحبت کنید نه به اصطلاح، با لفظ قلم
۵۹	با اشتیاق صحبت کنید
۶۰	مکث‌های بجا و تغییر لحن، بر قسمت‌های مهم کلام تأکید کنید
۶۰	شیوه‌ی بستن
۶۱	مراحل پنج‌گانه فروش
۶۲	بررسی دقیق
۶۳	علاقه
۶۳	اشتیاق
۶۵	اطمینان
۶۶	نهایی کردن فروش و بستن قرارداد
۶۶	دو پرسش مهم
۶۷	آخرین تماس
۷۰	هر مشتری، یک انسان منحصر به فرد است

۷۳	چرا مشتری از شما خرید می‌کند؟
۷۶	تشخیص نیازهای مشتری
۷۸	فراهم کردن شرایط برای مذاکره
۷۹	نخستین مذاکره با مشتری
۸۱	بازاریابی تلفنی و درخواست قرار ملاقات
۸۴	جلب توجه کامل مشتری
۸۵	شیوه‌ی جلب توجه مشتری

۸۶	 هنر شنیدن
۸۷	 ایجاد انگیزه خرید
۹۳	 شما باید از بهترین فروشندگان باشید
۹۳	 خود را پیش‌بینی نکنید، فقط اقدام کنید
۹۴	 عملکرد خود را منصفانه قضاوت کنید
۹۴	 تا رسیدن به موفقیت تلاش خود را ادامه دهید
۹۴	 شما همانی هستید که فکر می‌کنید هستید!
۹۵	 به بهترین حالت کنید
۹۶	 اعلا با دلسازی در کار گروهی
۹۸	 نهایی کردن فروش! به تأخیر نیندازید
۹۸	 چگونه انگیزه برای فروش بیشتر را افزایش دهیم؟
۹۹	 یاد بگیرید چگونه با مشتری رفتار کنید
۱۰۰	 الگوهای رفتاری و شخصیت
۱۰۰	 شخصیت صریح و پنهانی
۱۰۰	 شخصیت محتاط و خویشتن‌دار
۱۰۰	 شخصیت احساساتی و رک‌گو
۱۰۱	 شخصیت اجتماعی
۱۰۲	 ویژگی‌های افراد متفکر
۱۰۴	 تعامل با افراد متفکر
۱۰۶	 خصوصیات تیپ شخصیتی «مدیر»
۱۰۷	 تعامل با افراد مدیر
۱۰۸	 ویژگی‌های افراد وابسته
۱۰۹	 تعامل با افراد وابسته
۱۱۰	 ویژگی‌های افراد اجتماعی
۱۱۱	 تعامل با افراد اجتماعی
۱۱۲	 مفاهیم ساده برای آسان کردن فروش بیمه
۱۱۶	 فروش تجسمی

۱۱۷	شرکت خود را به عنوان مغز خود در نظر بگیرید
۱۳۶	پرسش‌های فروشندگان
۱۴۰	در انتخاب واژگان، دقت کنید
۱۴۲	آیا در بازاریابی خلاقیت دارید؟
۱۴۴	امنیت احساسی مشتری
۱۴۵	حضور می‌توان مشتری پیدا کرد؟
۱۵۲	چگونه شخصیت منحصر به فرد و جذابی باشیم
۱۵۲	ایجاد شناخت
۱۵۲	حضور و در کردن شخصیت
۱۵۳	برای موفقیت از آن استفاده کنید
۱۵۴	بگذارید در مورد مشتری برجسته سخن بگوییم
۱۵۹	چگونه علائم خرید را تشخیص دهیم؟
۱۶۲	هفت راهکار جلب مشتری
۱۶۲	۱. فهرستی از مشتریان سرشناس تهیه کنید
۱۶۲	۲. مذاکره را با یک پرسش مناسب آغاز کنید
۱۶۳	۳. مذاکره را با یک موضوع نامعمول یا شوکت‌انگیز آغاز کنید
۱۶۳	۴. مذاکره را با نشان دادن تصاویر مناسب آغاز کنید
۱۶۴	۵. مستقیماً بر یکی از مزایای طرح خود تمرکز کنید
۱۶۴	۶. یک حکایت جالب درباره فروش بگویید
۱۶۶	۷. در پیشنهاد فروش، مزایای جدیدی بگنجانید
۱۶۷	آخرین مقاومت‌ها
۱۷۱	سطح رضایتمندی مشتری از زندگی
۱۷۲	مدیریت هزینه توسط مشتری
۱۷۵	داستانی از دوران کودکی من که معرف حرفه‌ی بازاریابی است
۱۷۹	نمایه نام‌ها
۱۸۰	آلبوم عکس‌های نویسنده

www.ketab.ir

پیشینه انجمن نویسندگان و مترجم

با حضور در نشست‌ها و کنفرانس‌ها، فروشندگان حرفه‌ای بیمه عمر در جهان (ام.دی.آر.تی) به این واقعیت پی برد که نماد اصلی این انجمن جهانی، تعهد و احساس مسئولیت بر روی خط واقعیت بهترین بودن در همه زمینه‌های ذیربط است. این تعهد بیش از هر چیز، در نشست سالانه این انجمن آشکار می‌شود. برای فهم درجه اهمیت و اعتبار این نشست، همین بس که بیشتر شرکت کنندگان در آن، بیش از ۱۰ سال سابقه درآمد سالانه خود را برای شرکت در آن هزینه می‌کنند. شاهد دیگر بر این تعهد ام.دی.آر.تی بر اصل بهترین بودن، حضور فعالانه بیش از ۱۰۰۰۰ نفر از اعضای آن در فعالیت‌های سالانه این انجمن است. به این ترتیب، کار گروهی و حرفه‌ای این اعضا یک الگوی برجسته برای دیگر انجمن‌های جهانی فروشندگان حرفه‌ای است و این عملکرد چشمگیر، معیار حداقل برای انجمن ام.دی.آر.تی شده است.

در سال ۱۹۶۹، مارشال ولپر یکی از اعضای ام.دی.آر.تی ارزشی نورا به دیگر اعضا معرفی کرد و از آنان خواست «همیشه فراتر از ظرفیت خود بکوشند». او بر این باور است که فروشنده حرفه‌ای به بهانه‌ی کمبود اطلاعات، نباید از ورود به یک بازار جدید بهراسد. هیچکس با کتاب خواندن، دریانوردی را نمی‌آموزد بلکه باید دل به دریا زد و درگیر کار شد. نهایت تلاش را کرد تا راز و رمز کار آموخته شود. به این ترتیب، فروشنده حرفه‌ای در بازارهای جدید رشد خواهد کرد.

در یکی از نشست‌های ام.دی.آر.تی، دکتر الک مکنزی ضمن ارائه نظرات خود در زمینه فلسفه‌ی مدیریت، معیار بسیار مهمی را به اعضای انجمن معرفی کرد. او گفت: «هیچکس به اندازه کافی وقت ندارد ولی همه می‌توانند با مقدار وقت موجود، بهترین بهره را ببرند». شرکت‌کنندگان در نشست ام.دی.آر.تی از دکتر مکنزی آموختند که چه عواملی وقت آنان را تلف می‌کند و در تقسیم کار و واگذار کردن برخی کارها به دیگران، تأثیر شگرفی در استفاده بهینه از وقت دارد. زمان خوشدلی دریاب و دریاب که دایره در صدف گوهر نباشد (حافظ)

اگر فروشنده بیاموزد که چگونه وقت خود را مدیریت کند، برای انجام فعالیت‌هایی که مهارت بسیار در انجام آن دارد زمان لازم را خواهد یافت؛ فعالیت‌هایی مانند بازاریابی، ملاقات و مذاکره با مشتریان بالقوه و مشتریان قدیمی برای کشف مشکلات و حل آنها. سوابق رخشان اعضای ام.دی.آر.تی نشان می‌دهد که این فروشندگان، بهترین مشاور برای حل مشکلات در فرآیند فروش هستند.

یکی از معیارهای اساسی برای موفقیت اعضای ام.دی.آر.تی، ارزش

تعیین هدف در زندگی است. آنان باید بدانند که از شغل و زندگی خود چه انتظار دارند، هدفشان چیست و برای رسیدن به این هدف، بینش و آرزوهای خود را تعیین کنند. با تعیین هدف، فروشنده‌ی حرفه‌ای مسیر روشن و مطمئنی را برای اقدامات خود می‌یابد و می‌تواند میزان پیشرفت خود را بسنجد. در نشست‌های ام.دی.آر.تی این واقعیت را دیدیم که اعضای ام.دی.آر.تی سخت باور دارند که به هر آرزوی قابل‌تصور می‌توانند دست یابند. آنان آرزوهای بزرگی را در سر می‌پروراند و برای رسیدن به آنها، هدف خود را تعیین می‌کنند.

آرزو مندر غم جان نیست وای اگر آرزو به باد رود
(هوشنگ ابتهاج)

حرفه‌ای بودن در همه چیزها ارزشی است که ام.دی.آر.تی همواره بر آن تأکید دارد. اعضای این انجمن جهانی، با شرکت در نشست‌های آن حرفه‌ای شدن را تعریف می‌کنند یا حرفه‌ای‌تر می‌شوند. به باور این فروشندگان حرفه‌ای، آنان باید در آنچه هستند و آنچه انجام می‌دهند بهترین باشند.

معیارهای بسیاری برای عضویت در ام.دی.آر.تی وجود دارد ولی در پایان سخن، یکی از این معیارها را بیان می‌کنم. این معیار از اعضایش می‌خواهد هدف‌های عالی داشته باشند و با قدرت و رهبری، به دیگران بدهند که فراتر از انجام آنچه در عرف جامعه درست است، همیشه در تلاشند تا به هدف‌های فراتر از حد انتظار دست یابند؛ در این مسیر هرگز منفعل نباشند و همواره کار درست را انجام دهند.

ذره را تا نبود همت عالی حافظ

طالب چشمه‌ی خورشید درخشان نشود

(حافظ)

آنچه در این کتاب خواهید خواند، چکیده‌ی اطلاعات و تجربیات چند سال حضور من در یکی از برجسته‌ترین انجمن‌های جهانی، یعنی «انجمن فروشندگان حرفه‌ای بیمه عمر» یا همان ام.دی.آر.تی است که به عنوان نخستین ایرانی مقیم در کشور و عضو این انجمن، توانسته‌ام با قرارگرفتن در بالاترین سطح عضویت در انجمن فروشندگان حرفه‌ای بیمه‌ی عمر جهان (موسوم به تی.او.تی) در ۱۰ نشست جهانی این انجمن در کشورهای^۱ مختلف شرکت کنم. امیدوارم این چکیده مورد توجه شما قرار گیرد.

سعی کرده‌ام تمامی سمینارها و کلاس‌های آموزشی آموخته‌های خود را در اختیار علاقه‌مندان قرار دهم و اکنون این تجارب را بی‌هیچ منت و دریغی به خوانندگان عرضه می‌کنم تا در کسب و کار خود به کار بندند و به فروشندگان حرفه‌ای و فراتر از آن، به انسان‌هایی بسیار توانمند تبدیل شوند.

خوشه خوشه گیردم تا به پای ریختم

بعد از این با ذره ذره جان تو آمیختم
(مهرزاد)

در خاتمه جای آن دارد که ذکر خیر چند نفس‌نفس از این اوراق گردد. نخست از جناب آقای مهندس عبدالحمود برای کمک و عامل محترم شرکت بیمه کارآفرین و سپس از جناب آقای سرانجام

۱. شرکت در اجلاس انجمن فروشندگان حرفه‌ای بیمه عمر جهان در آمریکا (ایندیاناپولیس، ۲۰۰۹)، کره جنوبی (سنول، ۲۰۱۰)، یونان (آتن، ۲۰۱۰)، کانادا (ونکوور، ۲۰۱۰)، سنگاپور (۲۰۱۱)، آمریکا (آتلانتا، ۲۰۱۱)، تایلند (بانکوک، ۲۰۱۲)، دبی (۲۰۱۲)، آمریکا (آناهیم، ۲۰۱۲)، مالزی (کوالالمپور، ۲۰۱۲).

خلیلی فرد نهایت امتنان و قدردانی را دارم. این هر دو عزیز در توسعه‌ی بیمه‌ی عمر در ایران نقش بسزایی ایفا نموده و بدین سبب امکان رهیابی فروشندگان حرفه‌ای بیمه‌ی عمر را به نشست جهانی ام.دی.آر.تی فراهم کرده‌اند. همچنین از جناب آقای سلیمان گرجی رئیس سابق امور نمایندگان و کارگزاران شرکت بیمه کارآفرین که از تشویق‌ها و حمایت‌های ایشان در صنعت بیمه بهره‌مند بوده‌ام و از دوست و همکار اجمندم جناب آقای مهرزاد پاینده که بازخوانی این کتاب را انجام داده‌اند و سبب عزیزانی که به دلیل انگیزه‌ی وافری که در تألیف و ترجمه‌ی این کتاب در کتاب در من ایجاد نموده‌اند کمال تشکر را دارم.

بی نهایت سپاس و خاصان حق

ملک باشد سیاهستش ورق

(مولانا)

علیرضا شکوهی

بهار ۱۳۹۳