

بازاریابی خدمات بیمه

تالیف: دکتر احمد روستا

(عضو هیات علمی دانشگاه شهید بهشتی)

محمدعلی بخشی زاده

(مدرس بازاریابی بیمه)

سرشناسه	: روستا، احمد، ۱۳۲۷ -
عنوان و نام پدیدآور	: بازاریابی خدمات بیمه/احمد روستا، محمدعلی بخشی زاده.
مشخصات نشر	: مشهد: واژگان خرد، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۳ص: جدول
شابک	: ۶۰۰۰۰ ریال ۰-۷۳-۸۹۳۱-۹۶۴-۹۷۸ : 978-964-8931-73-0
وضعیت فهرست نویسی	: فیها
یادداشت	: ص.ع: به انگلیسی: Insurance Services Marketing. By A. Roosta ,M. A. Bakhshizadeh
یادداشت	: کتابنامه .
موضوع	: بیمه -- بازاریابی
موضوع	: بازاریابی
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۲ ۱۳۲/۹۱/۹۱۰ HGA
رده بندی دیویی	: ۳۶۸/۰۰۶۸۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۱۲/۵۶۶



مشهد، آبکوه، چهارراه کلاهدوز، شماره ۴۵۱، تلفن ۸۴۶۶۹۷۶
E-mail: vkhpnb@gmail.com http://www.nakhaie.com

بازاریابی خدمات بیمه

تالیف: دکتر احمد روستا، محمدعلی بخشی زاده
شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

چاپ اول بهار ۱۳۹۲ - ۱۵۲ صفحه وزیری

امور فنی و چاپ: دانشگاه فردوسی

صفحه آرایشی و طرح جلد: واژگان خرد

قیمت: ۶۰۰۰ تومان

شابک: ۰-۷۳-۸۹۳۱-۹۶۴-۹۷۸

حق چاپ محفوظ است

مرکز پخش مشهد: دانشگاه فردوسی تلفاکس: ۸۸۳۳۷۲۷ - ۸۸۳۲۴۱۱
مراکز پخش تهران: کتابیران، ۱۷-۶۶۵۶۶۵۱۰ / دانشیران، ۶۶۴۰۰۲۲۰

فهرست

فصل یک: مفاهیم اساسی بازاریابی.....	۹
۱-۱ بازاریابی خدمات.....	۹
۲-۱ استراتژی بازاریابی خدمات.....	۹
۳-۱ تفاوت بازاریابی خدمات با بازاریابی کالا.....	۱۰
۴-۱ خدمات بیمه.....	۱۱
۵-۱ بازاریابی خدمات بیمه.....	۱۲
۶-۱ اهمیت بازاریابی خدمات بیمه.....	۱۳
۷-۱ نگرشهای مرتبط با شغل و مشدگی خدمات بیمه.....	۱۳
۸-۱ نگرشهای مرتبط با مشتریان و خدمات بیمه.....	۱۴
فصل دو: مشتری‌مداری در صنعت بیمه.....	۱۵
۱-۲ مشتری‌مداری در صنعت بیمه.....	۱۵
۲-۲ شناسایی نیازها و انتظارات مشتری.....	۱۶
۳-۲ طبقه‌بندی مشتریان.....	۲۰
۴-۲ مدیریت سؤالات مشتریان.....	۲۰
۵-۲ اداره کردن انواع مختلف مشتریان.....	۲۲
۶-۲ مدیریت اعتراضهای مشتریان.....	۲۳
۷-۲ چرا برخی مشتریان مهلت برای فکر کردن می‌خواهند؟.....	۲۴
۸-۲ مدیریت ارتباط با مشتری.....	۲۵
۹-۲ عوامل مؤثر بر رضایتمندی مشتریان شرکتهای بیمه.....	۲۶
۱۰-۲ مشتری‌یابی و حفظ مشتریان.....	۲۷
۱۱-۲ هر روز بذر بکارید.....	۲۹
۱۲-۲ مشتری، طلای روان.....	۲۹
۱۳-۲ بروز خسارت، آزمون همه ادعاهای بیمه.....	۳۰
۱۴-۲ جلب اعتماد مشتری.....	۳۱
۱۵-۲ برنامه‌ریزی در ارتباط با مشتری‌یابی.....	۳۲

۳۴	فصل سوم: تکنیک‌ها و مهارت‌های موفقیت در فروش و بازاریابی خدمات بیمه
۳۴	۱-۳ قیف فروش
۳۵	۲-۳ سیستم‌های مشتری‌یابی
۳۸	۳-۳ تکنیک‌های فروش و مصاحبه حرفه‌ای بیمه
۴۱	۴-۳ داستان درخت گیلاس
۴۲	۵-۳ مخاطب‌شناسی
۴۲	۶-۳ مشاوره متخصص و امین
۴۳	۷-۳ مدل فروش ارتباطی
۴۵	۸-۳ ویژگی‌ها و مهارت‌های بازاریابان موفق بیمه
۴۸	۹-۳ حقوق و مزایای بازاریابان و کارکنان فروش
۴۸	۱۰-۳ وظایف مدیریت فروش موفق
۴۹	۱۱-۳ ویژگی‌های منشی موفق
۵۰	۱۲-۳ مراحل برنامه‌ریزی بازاریابی
۵۱	۱۳-۳ تقسیم‌بندی بازار هدف
۵۲	۱۴-۳ شناخت بازاریابی رشته‌های بیمه‌ای
۵۷	۱۵-۳ آب کردن یخها
۵۸	۱۶-۳ نظریه آیداس (AIDAS) (توجه، علاقه، تمایل، عمل، رضایت)
۵۹	۱۷-۳ بازاریابی در صنعت بیمه
۶۲	۱۸-۳ دانش
۶۳	۱۹-۳ پیگیری
۶۴	۲۰-۳ کلیدهای طلایی بازاریابی بیمه
۶۶	۲۱-۳ تصمیمات مربوط به خرید احساسی هستند
۶۶	۲۲-۳ خصوصیات اخلاقی فروشنده موفق
۶۸	۲۳-۳ تکنیک‌های مصاحبه فروش
۶۹	۲۴-۳ پیشنهاد و فروش منحصر
۷۱	۲۵-۳ فروش دشوار
۷۵	۲۶-۳ بازاریابی به چه سؤالهایی پاسخ می‌دهد؟
۷۶	۲۷-۳ مدیریت فروش بیمه
۷۷	۲۸-۳ برنامه‌ریزی تاکتیکی فروش

۷۹	فصل چهار: روانشناسی فروش خدمات بیمه
۷۹	۱-۴ تعیین هدف
۸۰	۲-۴ اهمیت برنامه‌ریزی هدف برای فروشنده بیمه
۸۰	۳-۴ اصول هدف نویسی
۸۲	۴-۴ زمانبندی اهداف
۸۲	۵-۴ تصویرذهنی
۸۳	۶-۴ افکار و اندیشه‌ها
۸۴	۷-۴ قوانین موفقیت
۸۷	۸-۴ ترس
۸۹	۹-۴ شکست هرگز وجود ندارد
۹۰	۱۰-۴ اعتماد به نفس و عزت نفس
۹۱	۱۱-۴ مصمم باشید و الگوبرداری کنید
۹۱	۱۲-۴ کالا و خدمات خود را بشناسید و باور کنید
۹۱	۱۳-۴ گامهای محکم و مؤثر
۹۲	۱۴-۴ ایجاد حس ارزشمند بودن در مشتری
۹۲	۱۵-۴ تلاش و پشتکار
۹۳	۱۶-۴ اشتیاق در کلام
۹۴	۱۷-۴ قانون پارتو و فروش
۹۵	۱۸-۴ ارزش وقت فروشنده بیمه
۹۶	۱۹-۴ حرفه‌ای عمل کنید و اولین باشید
۹۸	۲۰-۴ فروش در کلمات اتفاق می‌افتد، اما خرید در سکوت شکل می‌گیرد
۱۰۰	۲۱-۴ بازاریابی عصبی (Neuro marketing)
۱۰۱	۲۲-۴ هیچ عاملی شما را متوقف نمی‌کند

۱۰۲	فصل پنجم: تکنیکها و مهارتهای زبان بدن در فروش خدمات بیمه
۱۰۲	۱-۵ زبان بدن چیست؟
۱۰۴	۲-۵ کاری کنید که مشتری پذیرا شود
۱۰۴	۳-۵ وضعیت ظاهری
۱۰۵	۴-۵ قانون ۳۰/۷۰
۱۰۵	۵-۵ توانایی نفوذ در دلها

۶-۵ قواعد طلایی زبان بدن ۱۰۶

فصل شش: اصول وفنون: مذاکره، بازاریابی تلفنی، نگارش نامه ۱۱۴

۱-۶ اصول وفنون مذاکره ۱۱۴

۲-۶ اصول نامه نگاری و مکاتبات ۱۲۲

۳-۶ اصول وفنون بازاریابی تلفنی ۱۲۲

فصل هفتم: مشکلات، موانع و ایرادهای بازاریابی بیمه ۱۲۶

۱-۷ مشکلات بازاریابی بیمه در یک نگاه ۱۲۶

۲-۷ دانش فروشندگی بیمه ۱۲۷

۳-۷ لزوم رعایت اخلاق حرفه‌ای ۱۲۸

۴-۷ اشتباههای بازاریابی و راهکارها ۱۲۹

۵-۷ برخی از ایرادها ۱۳۱

۶-۷ رهنمودهای کلی در رسیدگی به اعتراضها ۱۳۲

۷-۷ ایراد تعداد زیاد نمایندگی ورقبا ۱۳۳

۸-۷ اقتصاد در حال رکود ۱۳۵

۹-۷ غلبه بر مخالفتها ۱۳۵

۱۰-۷ از ایرادها به نحو احسن استفاده کنید ۱۳۶

فصل هشتم: فنون و مهارت‌های خاتمه فروش بیمه ۱۴۰

۱-۸ خاتمه فروش ۱۴۰

۲-۸ موانع خاتمه فروش ۱۴۱

۳-۸ تکنیک‌های نهایی کردن فروش ۱۴۲

۴-۸ انتظارهای مشتریان پس از خاتمه فروش ۱۴۴

۵-۸ مراحل نهایی کردن فروش ۱۴۵

۶-۸ زمان خاتمه فروش ۱۴۶

۷-۸ پیگیری فروش ۱۴۷

۸-۸ نکات مهم در نهایی کردن فروش ۱۴۸

منابع و مآخذ ۱۴۹

پیشگفتار

بازاریابی علم و عمل پاسخ‌گویی به نیازها و نیازمندان است. پیش نیاز پاسخ‌گویی آگاهی و شناخت بازار، رفتارها و معیارهای روز خریداران و نیز عوامل تأثیرگذار بر نظام بازار یابی است.

ارتباط دائم با بازار، اطلاع یابی درست از نیازها و انتظارات روز، اطلاع رسانی به بازار و انجام داد و ستدهای معمول از طریق خدمات فراگیر، بازار پذیر و رقابتی و از همه مهمتر ایجاد، تقویت و حفظ ارتباطی ماندگار و پایدار با مشتریان مهمترین اقداماتی است که لازم است بازاریابان خدمات بیمه به آنها بپردازند. تحقیق و به‌ویژه تحلیل درست بازار و رفتار شناسی بازار بیمه و آگاهی از واکنش‌ها، ارزش‌ها و علل و عوامل پذیرش یا عدم پذیرش خدمات بیمه توسط مخاطبان از دیگر نکاتی است که می‌تواند در موفقیت بازاریابی خدمات بیمه نقش آفرین باشد.

بازاریابی نوین بازاریابی مبتنی بر واکنش سریع به فرصتها و پدیده‌ها، چابکی و چالاکی، هوشمندی و رقابت‌پذیری است. موضوعی که در فرآیند بازاریابی نوین بیمه از مهمترین نکات تمایز با سایر رشته‌ها می‌باشد و در دیگر حوزه‌های بازاریابی کمتر یافت می‌شود این است که شما می‌توانید مخاطب را وارد یک حوزه کاملاً انسان دوسانه نمایید. در این شرایط پیوند دانش و تجربه، علم و عمل و نیز بینش و بصیرت و مهارت‌های ارتباطی، خلاقیت و نوآوری در ارائه خدمات بسیار ضروری است. «بازاریابی خدمات بیمه» کتابی است برای توجه و تمرکز بر نکاتی که می‌تواند نقش موثری در فروش و فروش خدمات بیمه در کشورمان داشته باشد.

طی دوره‌ها، سمینارها و کارگاه‌های آموزش بازاریابی بیمه که در شرکتهای بیمه در اقصی نقاط میهن عزیزمان و همچنین پژوهشکده بیمه مرکزی ایران برگزار نموده‌ایم، پرسشهای مختلف و متنوعی توسط شرکت کنندگان (بازاریابان، نمایندگان، متقاضیان نمایندگی، کارگزاران و کارشناسان صنعت بیمه) مطرح می‌شد، در این کتاب سعی گردید به این پرسشها که دغدغه‌های شبکه فروش نیز می‌باشند پاسخ داده شود.

در خاتمه از کلیه عزیزانی که ما را در تهیه این اثریاری نمودند تشکر و قدردانی را داریم، از آقای مهندس حمید نخعی مدیر مسئول انتشارات واژگان خرد که صفحه‌آرایی و طراحی جلد نیز برعهده ایشان بوده، صمیمانه سپاس گزاریم، و تشکر از جناب آقای مبرقی که با حوصله بسیار و سعه صدر این کتاب را مطالعه و به نکات ارزشمندی اشاره کردند، وظیفه‌ای است که باید در همین جا ادا شود. همچنین قدردان زحمات بی شائبه آقای مصطفی کدکنی که ویراستاری کتاب را تقبل نمودند هستیم. امیدواریم مطالعه این کتاب بتواند علاوه بر پاسخ‌گویی به بعضی از نیازهای بازاریابان و فروشندگان خدمات بیمه، پرسشهایی را برای یافتن پاسخ‌های بهتر فراهم سازد. درخواست می‌کنیم نظرات، تجربیات، انتقادات و پیشنهادهای خود را از ما دریغ نفرمایید تا در آینده کتابی جامع در این حوزه تقدیم کنیم.

شاد و پیروز باشید

دکتر احمد روستا - محمد علی بخشی زاده

Ali.bakhshizade@gmail.com - Drroosta1@gmail.com