

چتر بیمه تقدیم می کند

نباژسنجی و پاسخ به اعتراضات و ایرادات

صادق عبادی

سرشناسه : عبادی، صادق؛ ۱۳۶۳-

عنوان و نام پدید آور: نیازسنجی و پاسخ به اعتراضات و ایرادات / صادق عبادی؛ برنامه ریزی و اجرا پروه چتر بیمه.

مشخصات نشر : تهران: صادق عبادی، ۱۳۹۴.

مشخصات ظاهری : ۱۴۶ ص : ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س م.

شابک : ۹۰۰۰۰ ریال : 978-600-04-4310-8

وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع : بیمه ی عمر -- بازاریابی

موضوع : بیمه ی عمر -- ایران -- بازاریابی

شناسه افزوده : گرو چتر بیمه

رده بندی کنگره : HG ۸۸۷/۲۶ ن ۹ ۱۳۹۴

رده بندی دیویی : ۳۶۸ / ۳۳

شماره کتابشناسی ملی: ۴۱۱۵۶۵۹

نیازسنجی و پاسخ به اعتراضات و ایرادات

گروه چتر بیمه

صادق عبادی

محسن هلیلی

مسلم عساکره

خلیل غیشاوی

۱۳۹۴ اول

مؤلف

عدد ۳۰۰

ISBN:978-600-04-4310-8

۹ هزار تومان

برای خرید این کتاب می توانید سفارش خود را از طریق شماره پتل ۱۰۰۰۰۰۰۶۲۵۲۷۸۷ پیامک کنید. همچنین می توانید از روش های زیر دستور

سفارش فرمائید:

۰۹۱۹ - ۹۷۷۴۶۹۳

www.chatrebime.ir

info@chatrebime.ir

عنوان کتاب:

برنامه ریزی و اجرا:

نویسنده:

ویراستار:

طراحی جلد:

صفحه آرایی:

نوبت چاپ:

ناشر:

شمارگان:

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴-۴۳۱۰-۸

قیمت:

پایگاه اینترنتی / ایمیل:

موبایل:



روانشناسی فروش بیمه

تمامی حقوق محفوظ و متعلق به نویسنده است.

فهرست مطالب

مقدمه	۶
۱. اهمیت نیازسنجی در مشتریان بیمه	۹
۲. چرا، نیاز، وجود دارد مشتریان، بیمه ی عمر بخرند؟	۲۳
۳. پاسخ به اعتراضات و ایرادات رایج مشتریان بیمه	۴۱
۴. مهارت های پاسخ به نیازهای مشتریان بیمه	۱۰۱
منابع	۱۱۲
ضمیمه و چتر بیمه	۱۱۳

مقدمه نویسنده

پروفسور می فریت می نویسد: بازاریابی به معنای برنامه ریزی، هماهنگی و کنترل فعالیت های هدفدار شرکت در بازارهای بالفعل و بالقوه به منظور جلب رضایت و نیز بر آوردن نیازهای دائمی مشتریان از یک سو و نیل به هدف های شرکت از سوی دیگر است.

ما هم با این هدف این مجموعه را به عنوان نیازسازی و پاسخ به ایرادها و اعتراضات ایچ مشتریان بیمه عمر تهیه کرده و در اختیار شما نمایندگان عزیز فروش بیمه قرار می دهیم تا وظیفه ای که خداوند متعال روی دوش ما قرار داده یعنی شناخت نیازها، مشتریان را به بهترین نحو ممکن انجام بدهیم.

این مجموعه از چهار فصل تشکیل شده است:

فصل اول در مورد حای اهمیت تدوین این موضوع بسیار مهم در صنعت بیمه پرداخته ایم. سپس به نیازسنجی انواع بازارهای بیمه پرداخته ایم. در آخر چگونگی نیازسنجی و علل مشکل بودن روش به مشتریان بیمه ی عمر و تقسیم بندی مشتریان بیمه از لحاظ نیاز بیمه گران به خرید را بررسی کرده ایم.

فصل دوم به صورت جزئی و مفصل ۲۷ دلیل با تئوریج و مثال برای شما آورده ایم که بیمه گذاران چه نیازی دارند که از شما بیمه بخرند. به قول استفان کاوی اول بفهمید، تا سپس فهمیده شوید. ابتدا شما باید مشتریان را بشناسید و نیاز آن ها را درک کنید تا آن ها بتوانند شما را درک کنند. سبب به خرید بیمه ی عمر از خود رغبت نشان بدهند.

فصل سوم قطعاً پس از ارائه ی محصول بیمه ی عمر به مشتریان احتمالی بیمه، ایرادات و اعتراضاتی خواهند پرسید که شما باید مسلط به این مرحله باشید. حال ابتدا با دانستن این سئوالات و اعتراضات یا ایرادات، نصف راه را رفته اید و سپس با جواب دقیق و منطقی و توضیح کامل آن به مقصد نهایی خواهید رسید.

در این فصل به بیش از ۳۲ اعتراض و ایراد اصلی مشتریان بیمه ی عمر پرداختیم یعنی ابتدا آن ها را مطرح و سپس به صورت کامل جواب داده ایم. یادتان باشد همین جواب ها برای قانع کردن مشتریان تان کافی می باشد و شما باید به نحوه بیان و انتقال کلمات و جملات خود با مشتری توجه کاملی انجام بدهید.

فصل چهارم اگر فصول گذشته را به دقت مطالعه کنید، بنابراین نیاز مشتریان را شناخته و با جواب های منطقی خود به پاسخگویی نیازها و اعتراضات می پردازید ولی در این فصل مهارت های تکمیلی برای شما گفته ایم که با آموختن این مهارت های سلیس و روان می توانید به درک بیشتر مشتریان بپردازید. به شما خال نشان می کنم، این مجموعه بسیار دقیق و پرمحتوا انتخاب شده است و شما برای یادگیری آن باید حداقل ۲ الی ۳ بار این کتاب را بخوانید تا مسلط به مفاهیم آن شوید. سر آخر شما می توانید نظرات، سئوالات، پیشنهادات خود را از طریق پل های ارتباطی ذیل، به تمام طراحی محصولات شرکت انتقال دهید. با تشکر فراوان

www.chatrebime.ir
info@chatrebime.ir

۱۰۰۰۰۰۰۶۲۵۲۷۸۷

صادق عبادی

مشاور فروش بیمه