

ERGO

2014



Технологии продаж страховых продуктов

РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ

к курсу электронных тренингов

ФИО участника

Дата начала обучения

ЧТО К ЧЕМУ или НЕСКОЛЬКО СЛОВ О КУРСЕ

Хотите **стать страховым агентом**, но нет возможности посещать **Школу агента**, или хотите повысить свою квалификацию, освоить новые **технологии продаж в страховании**? Тогда наш **бесплатный интернет-курс** страхового агента для вас!

Отличительная особенность курса – **интерактивность**: наличие заданий для выполнения и возможность бесплатно получить конструктивную обратную связь, отправив записи своих телефонных разговоров и встреч с клиентами, используемые скрипты и шаблоны, листы самоанализа и любые другие вопросы авторам курса.

На сегодняшний день в курсе представлены СЛЕДУЮЩИЕ ИНТЕРНЕТ-ТРЕНИНГИ:

[Урок 1. Системный подход в агентских продажах: целеполагание, планирование, анализ](#)

[Урок 2. Цикл работы с клиентом](#)

[Урок 3. Формирование собственной клиентской базы. Взятие рекомендаций](#)

[Урок 4. Назначение встречи по телефону: холодные звонки](#)

[Урок 5. Работа с возражениями при холодных звонках](#)

[Урок 6. Подготовка к встрече и установление контакта](#)

[Урок 7. Формирование потребностей и презентация продукта](#)

[Урок 8. Работа с возражениями при личной встрече](#)

[Урок 9. Закрытие сделки](#)

[Урок 10. Работа с внутренними ограничениями](#)

2

ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ТЕТРАДЬЮ ОЧЕНЬ ПРОСТО:

1. Распечатайте тетрадь, она понадобится Вам при работе с уроком.
2. Изучая уроки на сайте, Вы будете встречать **задания**, выделенные знаком (?).
3. Найдите в тетради соответствующий номер задания и выполните его.
4. В некоторых заданиях вы можете проверить себя, заглянув в конец тетради
5. Не стремитесь посмотреть ответы, не выполнив задание самостоятельно, ведь цель урока не просто дать вам ценную информацию, это можно прочитать в любой книжке, а научить вас **думать и действовать** в направлении достижения своих целей!
6. Поэтому в большинстве заданий оценкой для вас будет именно **финансовый результат** вашей деятельности.
7. Если у вас есть потребность, вы можете обратиться за **бесплатной консультацией** к авторам урока, отправив свои вопросы, выполненные задания, листы самоанализа, записи своих телефонных разговоров или встреч и т.д.

УДАЧИ!

Урок 1

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В АГЕНТСКИХ ПРОДАЖАХ:
ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ, ПЛАНИРОВАНИЕ, АНАЛИЗ

СОДЕРЖАНИЕ УРОКА

- [Вовлекающая цель. Система SMART. Самомотивация](#)
- [Планирование работы. Воронка продаж](#)
- [Анализ вашей деятельности](#)

ЗАДАНИЯ

ПОСТАНОВКА ЦЕЛИ



Задание 1.1:

- Подумайте, сформулируйте и запишите вашу цель, используя **SMART**.
- Прочитайте ее еще раз и наблюдайте за своими **ощущениями**. Если испытываете радость, азарт, воодушевление, то **цель выбрана верно**. Если присутствуют беспокойство, сомнения, негативные мысли, возможно, или это не ваша цель, или нужно поработать с ограничивающими установками, но об этом в уроке "**Работа с личными ограничениями**".
- Подберите и разместите мотивирующую картинку/коллаж с вашей целью в доступном для вас месте.

3



Моя цель:

ПЛАНИРОВАНИЕ РАБОТЫ



Задание 1.2:

- Определите, сколько вы хотели бы **заработать в первый год** вашей работы страховым агентом по месяцам.
- Скачайте и заполните таблицы Excel. Внесите среднюю стоимость полисов и КВ, предлагаемое вашей СК.
- Укажите предполагаемое кол-во заключенных вами договоров по видам страхования, спланируйте вашу загрузку на **каждый день** для первого месяца работы.
- Ежедневно сверяйтесь с планом, ведите учет фактически совершенных звонков, встреч и продаж.

Планирование дохода по месяцам

Месяц	Доход	Месяц	Доход
Итого (6мес.)		Итого (6мес.)	
		Итого за год	

4

Ежедневная загрузка на _____ (месяц)

Активность	Кол-во в день (план)*	Факт (кол-во)								
		Дата	Дата	Дата	Дата	Дата	Дата	Дата	Дата	...
Звонки										
Встречи										
Продажи										

* Данные, посчитанные автоматически, возьмите из заполненной вами таблицы **plans.xls**

Урок 3

ФОРМИРОВАНИЕ СОБСТВЕННОЙ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ. ВЗЯТИЕ РЕКОМЕНДАЦИЙ

СОДЕРЖАНИЕ УРОКА

- [Портрет потенциального клиента](#)
- [«Теплый» и «холодный» круг контактов](#)
- [Работа с рекомендациями. Скрипты](#)
- [Работа с центрами влияния](#)
- [Правила ведения клиентской базы](#)

ЗАДАНИЯ

ФОРМИРОВАНИЕ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ



Задание 3.1:

- Сформулируйте для себя **8-10 основных источников**, с которых вы начнете поиск клиентов, например 1) «Теплый круг», 2) Спортивные школы, 3)....
- Создайте файл, который в дальнейшем станет вашей электронной базой (можно воспользоваться Excel-ем или найти специализированную программу для ведения базы).
- Вспомните и внесите в свою базу не менее 50 ваших знакомых, с которых вы начнете формирование своей базы.

5

Источники поиска клиентов:

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.



Пример клиентской базы (Excel):

№	Ф.И.О.	Телефон	Дата звонка	Результат звонка	Дата следующего контакта	
					Встречи	Звонка
1						
2						

Урок 4

ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ: НАЗНАЧЕНИЕ ВСТРЕЧИ С КЛИЕНТОМ

СОДЕРЖАНИЕ УРОКА

- [Телефонные продажи: преимущества и ограничения](#)
- [Каналы передачи информации: телефонные звонки или личное общение](#)
- [Три составляющие успеха холодного звонка клиенту](#)
- [Подготовка к холодному звонку](#)
- [Как говорить при холодном звонке](#)
- [Этапы холодного телефонного звонка](#)
- [Скрипты и примеры холодных звонков](#)

ЗАДАНИЯ

ХАРАКТЕРНЫЕ ОШИБКИ ПРИ РАЗГОВОРЕ ПО ТЕЛЕФОНУ:



Задание 4.1:

Выберите, что, по-вашему, является ошибками при разговоре с клиентом:

- Продолжать разговор более 3-х минут
- Продавать страховку сразу по телефону
- Говорить по телефону, что речь пойдет о страховании
- Передавать инициативу при ведении беседы клиенту
- Говорить в режиме монолога более 30 секунд
- Ссылаться на рекомендации
- Спорить с клиентом
- Называть клиента по имени более 2-х раз
- Использовать сокращения и сложные профессиональные термины
- Извиняться за беспокойство или за звонок

Проверить себя вы можете, заглянув в конец рабочей тетради

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ



Задание 4.2:

Ответьте на нижеприведенные вопросы по теме урока:

Вопрос	Ваш ответ
Какова цель первого телефонного звонка клиенту?	
Три первых шага при телефонном контакте?	
Зачем нужно улыбаться во время телефонного разговора?	
Чем "опасны" вопросы, содержащие частицу НЕ?	
Зачем часто называть клиента по имени?	
Зачем использовать альтернативные вопросы "...ИЛИ..." при назначении встречи?	
Какова продолжительность делового телефонного звонка?	
Зачем записывать первые телефонные контакты на диктофон?	

Проверить себя вы можете, заглянув в конец рабочей тетради

Урок 5

РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ ПРИ ТЕЛЕФОННЫХ ЗВОНКАХ

СОДЕРЖАНИЕ УРОКА

- [Типичные возражения клиентов по телефону](#)
- [Схема работы с возражениями](#)
- [Примеры ответов на возражения](#)

ЗАДАНИЯ

РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

**Задание 5.1:**

Согласно схеме, данной в уроке, самостоятельно напишите ответы на следующие возражения:

- Оставьте телефон, я Вам сам перезвоню.

- Сейчас это неактуально.

- Я уже страховался, и мне не заплатили. Больше не буду.

АНАЛИЗ ТЕЛЕФОННОГО РАЗГОВОРА С КЛИЕНТОМ



Задание 5.2:

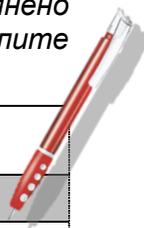
Попросите кого-то из друзей или родственников выступить в роли клиента, которому вы назначаете встречу по телефону. Запишите разговор **на диктофон** и проанализируйте его согласно **листу самоанализа**.

Инструкция для клиента: будьте максимально естественны, ведите себя так, как обычно ведете себя в подобных ситуациях. Не играйте слишком сложного или слишком простого клиента. Если действительно заинтересовались – задавайте вопросы, соглашайтесь на встречу, если агент вас не заинтересовал – не соглашайтесь.

Примечание: расположитесь так, чтобы не видеть собеседника, но при этом хорошо его слышать, например, спиной друг к другу.

ЛИСТ САМОАНАЛИЗА

Прослушайте запись разговора и отметьте каждый пункт значками + (выполнено отлично) +- (выполнено частично) или - (не выполнено). В комментариях, выделите зоны своего развития – то, над чем стоит еще поработать.



Этап	Соблюдение	Комментарии
Установление контакта	+ / +- / -	
• Поприветствовал(а)		
• Представился(лась): имя, компания		
• Позитивно настроен(а), энергичен(на)		
• Держится свободно и уверенно		
• Уточнил(а) возможность разговаривать		
• Сослался(лась) на рекомендацию или другой источник контакта (если есть)		
• Использует техники «малого» разговора с «теплым» клиентом		
• Сделал уместный комплимент		
• Обращается по имени (не менее 3-х раз)		
• Речь грамотная без слов паразитов		
• Скорость и громкость речи комфортная		
Назначение встречи		
• Обозначил(а) цель звонка на языке выгод клиента		
• Использует альтернативные вопросы для назначения встречи		
Работа с возражениями		
• Принял(а) возражение		
• Присоединился(лась)		
• Уточняет суть возражения		
• Проверяет возражения на истинность		
Завершение контакта		
• Четко резюмирует все договоренности		
• попрощался с клиентом на позитивной ноте		

НАЗНАЧЕНИЕ ВСТРЕЧ ПО ТЕЛЕФОНУ



Задание 5.3:

- На основании недельного прозвона, определите свою конверсию по "холодным" и "теплым" звонкам, скорректируйте свой план по контактам с учетом вашей конверсии (таблица **plans.xls**)
- Назначьте запланированное на неделю количество встреч с клиентами.
- Первую неделю записывайте на диктофон свои звонки и анализируйте их согласно ЛИСТУ САМОАНАЛИЗА (см.предыдущее задание)

Неделя 1 (___-___-___г.)

	Звонки по «теплому» кругу	Звонки по «холодному» кругу
Сделано звонков		
Назначено встреч		
Конверсия*		

* Разделите количество сделанных звонков на количество назначенных встреч: например, вы сделали 55 звонков, и из них на встречу согласилось 8 клиентов, то есть ваша конверсия один к семи. **1 встреча = 7 звонков.**

Если вы уже заключили договора с клиентами, аналогичным способом выводите свою конверсию по продажам:

	Продажи по «теплому» кругу	Продажи по «холодному» кругу
Проведено встреч		
Заключено договоров		
Конверсия		

Урок 6

ПОДГОТОВКА К ВСТРЕЧЕ С КЛИЕНТОМ И УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА

СОДЕРЖАНИЕ УРОКА

- [Составляющие успешного контакта](#)
- [Качества вашей личности](#)
- [Ваш внешний вид](#)
- [Ваш настрой](#)
- [Подготовка к встрече](#)
- ["Малые" разговоры](#)
- [Деловой комплимент](#)
- [Невербальные проявления](#)
- [Обстановка](#)

ЗАДАНИЯ

ПОРТРЕТ СТРАХОВОГО АГЕНТА

11



Задание 6.1:

Запишите в рабочей тетради **10-12** качеств, которые вы считаете наиболее важными для страхового агента:

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12.



Задание 6.2:

- Оцените по десятибалльной шкале, насколько каждое записанное вами качество развито **лично у вас**. Где "0" - вы и слыхом про него не слыживали, нет у вас такого качества, "10" - предел совершенства, выше стремиться некуда :). Будьте **предельно объективны**.

- Выделите **3 качества**, набравшие максимальное количество баллов. Это ваши **сильные стороны**, ваши "фишки", продолжая их развивать, вы подтянете ваш общий уровень. Однако приоритетными в развитии станут для вас **3 качества**, набравшие минимум баллов. Это ваши "**точки роста**".

- По каждой "точке роста" запишите минимум **три шага**, которые вы намерены предпринять для развития этих качеств в себе. Например, чтобы развить в себе пунктуальность 1) переведу часы на 10 минут вперед (прямо сейчас) , 2) пройду тренинг по тайменеджменту (до такого-то мартабря), 3) сделаю "фотографию" своего рабочего дня, вычислю "пожирателей времени" (завра). Не пишите того, что хорошо было бы сделать, но вряд ли у вас дойдут до этого руки, потому что... Лучше сразу напишите "Делать ничего не буду", так, по крайней мере, будет честнее.

- Работайте над собой по намеченному плану.

Мои точки роста	Шаги по развитию	Срок
✓		

Урок 7

ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ И ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОДУКТА

СОДЕРЖАНИЕ УРОКА

- [Потребности клиента](#)
- [Техники визуализации](#)
- [Вопросы для формирования потребности](#)
- [Четырехблочная презентация и аргументация вашего предложения](#)
- [Принципы эффективной презентации](#)

ЗАДАНИЯ

ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В КОНКРЕТНОМ СТРАХОВОМ ПРОДУКТЕ



Задание 7.1:

Напишите примеры вопросов на формирование потребностей по следующим продуктам: КАСКО, страхование от несчастного случая, страхование дачи.

КАСКО

Ориентировочные вопросы (объект)

Ценностные вопросы (ценность)

Проблемные вопросы (риски)

Фокусирующие вопросы (защита)

СТРАХОВАНИЕ ОТ НЕСЧАСТНОГО СЛУЧАЯ

Ориентировочные вопросы (объект)

Ценностные вопросы (ценность)

Проблемные вопросы (риски)

Фокусирующие вопросы (защита)

СТРАХОВАНИЕ ДАЧИ

Ориентировочные вопросы (объект)

Ценностные вопросы (ценность)

Проблемные вопросы (риски)

Фокусирующие вопросы (защита)

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОДУКТА



Задание 7.2:

Нарисуйте схему четырехблочной презентации по КАСКО, внесите все данные аналогично примеру из урока по квартире.

СТРАХУЕМ:

АВТО:



ЗАЩИТА:

РИСКИ:

Свою схему вы можете отправить авторам курса для получения обратной связи.

Урок 8

РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ ПРИ ЛИЧНОЙ ВСТРЕЧЕ

СОДЕРЖАНИЕ УРОКА

- [Правила работы с возражениями](#)
- [Приемы работы с возражениями. Скрипты ответов](#)
- [Соппротивление клиентов](#)

ЗАДАНИЯ

РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ



Задание 8.1: Коммуникативный поединок

Здесь вам понадобится партнер, который выступит в роли клиента.

Выберите на ваш взгляд самое сложное возражение, на которое будете отвечать, и от которого будете отталкиваться. Готовясь к поединку, пропишите всевозможные варианты развития разговора: если скажет клиент вот так - я отвечу этак, возразит так - а я вот этак, и т.д. Ваша задача в сценарии, а потом и в ролевой игре, использовать максимальное количество приемов и техник отработки возражений. Ну и, конечно, **соблюдайте основную схему работы с возражениями**, представленную в уроке "Работа с возражениями при холодных звонках".

Задача клиента - быть не менее весомым в своих аргументах, отказываясь от приобретения страховки. Но если, продавец, на ваш взгляд, убедителен - соглашайтесь.

Возражение:

Отработка:

Урок 10

РАБОТА С ВНУТРЕННИМИ ОГРАНИЧЕНИЯМИ

СОДЕРЖАНИЕ УРОКА

- [Осознание](#)
- [Ответственность](#)
- [Увлеченность и сотрудничество](#)
- [Работа с типичными ограничениями](#)
- [Право на ошибку](#)
- [Копилка успеха](#)
- [Цель и план](#)

ЗАДАНИЯ

ОСОЗНАНИЕ



Задание 10.1:

Развернуто ответьте на следующие вопросы. Это займет у вас минут двадцать. Для чистоты эксперимента, не забегайте вперед урока. Только, когда ответите на все вопросы, переходите к разбору и анализу.

17

Сформулируйте **ситуацию, которая вас не устраивает**. Например, *"За 2 месяца я продал всего одну зеленую карту", "Не получается найти новых клиентов", "У меня слишком маленький доход от работы страховым агентом"* и т.д.

1. Как я могу это объяснить?

2. Почему, на мой взгляд, я не могу стать успешным страховым агентом, что мне мешает?

3. Какие мои личные качества/жизненные обстоятельства помогли бы мне зарабатывать в страховании столько, сколько я хочу?

Скажите себе **"4. Работая страховым агентом, я зарабатываю 200 000 руб. в месяц"**. Запишите вашу реакцию, первые эмоции и мысли, которые пришли в голову

Продолжите фразу: **"5. Клиент - это..."**. Запишите не менее пяти утверждений, касающихся клиента. Все, что приходит вам в голову. Не анализируйте.

1.

2.

3.

4.

5.

Продолжите фразу: **"6. Как продавец я..."**. Также не менее пяти вариантов.

1.

2.

3.

4.

5.

По этой же схеме вы можете отрабатывать любые другие ограничения. Записываете самую невероятную на первый взгляд, но необходимую для достижения успеха, мысль о себе. Например, *"Моя фамилия - это бренд на рынке страховых услуг. Клиенты хотят работать со мной, уже потому что я **Иванов!**"*, *"Несмотря на мои 75 лет, я один из самых успешных агентов моей страховой компании"*. Описываете вашу первую реакцию, ощущения, эмоции, анализируете, при необходимости формулируете новые конструктивные установки, перечитываете, "проживаете" и смакуете до результата.

КОПИЛКА УСПЕХА

20



Задание 10.4:

Вспомните и запишите не менее 10-ти случаев из вашей жизни, когда вы успешно...

- что-то организовали...
- где-то выступили...
- договорились...
- получили...
- удачно купили/продали...
- что-то придумали...
- кого-то убедили...
- познакомились с нужным человеком...
- оказались в нужное время в нужном месте...
- устроили(сь)... и т.д.

1.

ОТВЕТЫ

Задание 4.1:

Выберите, что, по-вашему, является ошибками при разговоре с клиентом (ошибки подчеркнуты):

- **Продолжать разговор более 3-х минут:** длинные незапланированные беседы могут утомить клиента и вызвать раздражение. 3-х минут вполне достаточно, чтобы назначить встречу.
- **Продавать страховку сразу по телефону:** продажа страховки требует доверия со стороны клиента. Наладить настолько доверительный контакт особенно с «холодным» клиентом по телефону очень сложно. Кроме того, у телефонного разговора есть ряд существенных ограничений (см.урок [Назначение встречи по телефону: холодные звонки.](#))
- **Говорить по телефону, что речь пойдет о страховании** – можно, клиент должен понимать, кто вы, чем занимаетесь, и о чем пойдет речь на встрече
- **Передавать инициативу при ведении беседы клиенту:** вероятнее всего, инициатива клиента уведет вас в ненужную вам сторону, при этом вероятность назначить встречу значительно снижается («Спасибо, я все понял, мне это не надо»)
- **Говорить в режиме монолога более 30 секунд:** пока клиент вами не заинтересован (а по телефону это именно так), он в принципе не способен вас слушать более 30-ти секунд, не отвлекаясь на свои мысли и дела. Выстраивайте диалог: 1-2 коротких простых предложения со своей стороны чередуйте с вопросами.
- **Ссылаться на рекомендации** – можно и даже нужно
- **Спорить с клиентом:** без комментариев
- **Называть клиента по имени более 2-х раз** – можно, но не злоупотребляйте. Имя клиента не должно звучать через каждое предложение, иначе такая речь выглядит неестественной
- **Использовать сокращения и сложные профессиональные термины:** клиент их все равно не поймет и не запомнит, зато у него может сложиться впечатление, что страхование – это что-то сложное и непонятное.
- **Извиняться за беспокойство или за звонок:** этим вы продемонстрируете свою неуверенность, будто бы вы предлагали что-то неважное или ненужное клиенту. Лучше поблагодарите его за выделенное вам время.

Задание 4.2:

Вопрос	Ваш ответ
Какова цель первого телефонного звонка клиенту?	Назначить встречу
Три первых шага при телефонном контакте?	<ul style="list-style-type: none"> • Приветствие • Представление • Возможность разговаривать
	<ul style="list-style-type: none"> • Приветствие • Возможность разговаривать • «Малый» разговор
Зачем нужно улыбаться во время телефонного разговора?	При улыбке голос звучит более уверенно и энергично
Чем "опасны" вопросы, содержащие частицу НЕ?	На них, как правило, можно получить отрицательный ответ
Зачем часто называть клиента по имени?	Для установления и сохранения контакта. Имя – самое приятное слово для человека!
Зачем использовать альтернативные вопросы "...ИЛИ..." при назначении встречи?	Чтобы упростить для клиента процесс принятия решения о встрече
Какова продолжительность делового телефонного звонка?	Не более 3-х минут
Зачем записывать первые телефонные контакты на диктофон?	Чтобы проанализировать их, выявить свои сильные стороны и зоны развития