

新人育成——创业启航班



车险销售及导入寿险逻辑

目录



1

车险销售理念



2

车险产品介绍

3

车险销售步骤

4

切入寿险逻辑

我国汽车保有量实现“井喷式”



根据公安部介绍，截止到2016年底，全国机动车保有量达2.9亿辆，其中汽车1.94亿辆；机动车驾驶人3.6亿人，其中汽车驾驶人超过3.1亿人。

车祸猛于虎，中国一年车祸伤亡多少人？

- 中国成为世界汽车大国，必然给交通道路带来问题，目前我国道路交通事故死亡人数居世界第一，当前的道路交通安全形势十分严重。根据全球各交通和警察部门的统计，2014年全世界交通事故死亡人数为50万人，其中，**中国交通事故死亡人数为10.4万人**，超过总人数的20%。



交通意外发生频率节节攀升

- 我国平均每5分钟就有一个人死在车轮之下！
- 居世界第一位！



如何降低因为交通事故带来的损失呢？

机动车交通事故责任强制保险

简称“交强险”

是每个车主都要购买的险种

交强险的保障到底有多少呢？

- 举例例子来说明：如果赔偿额度在40万左右，交强险只能赔11万，交强险赔完之后，**还差30万由谁来赔呢？**
- 如果您买了商业三者险就会**由保险公司来赔**，费用也很合理，一年也只需要花1千多块钱。

除了保车和车上人，我们还要保第三者

- 如果你买了商业三者险就会由保险公司来赔，费用也很合理，额度建议在**50万**以上。因为三者是保给第三方的，比如说撞到别人或撞到别的好车。

车险销售理念逻辑

- **客户经理：姚先生：中国成为世界汽车大国，据统计，截止到2016年底，全国机动车保有量达2.9亿辆，其中汽车1.94亿辆；机动车驾驶人3.6亿人，其中汽车驾驶人超过3.1亿人。**
- **当前的道路交通安全形势十分严峻，目前我国道路交通事故死亡人数居世界第一，据统计，2014年全世界交通事故死亡人数为50万人，其中，中国交通事故死亡人数为10.4万人，超过总人数的20%。**
- **交通事故带来的不仅仅是财产方面的损失，如果危及人身安全的话，很可能会造成不可挽回的结果。**

车险销售理念逻辑

- 如何降低因为交通事故带来的损失呢？
- 机动车交通事故责任强制保险，简称“交强险”，是每个车主都要购买的险种。
- 交强险的保障到底有多少呢？举例例子来说明：如果赔偿额度在40万左右，交强险只能赔11万，交强险赔完之后，还差30万由谁来赔呢？
- 如果你买了商业三者险就会由保险公司来赔，费用也很合理，额度建议在50万以上。因为三者是保给第三方的，比如说撞到别人或撞到别的好车。

逻辑演练

- 角色分配：
- 角色A：客户经理
- 角色B：客户
- 演练时间：10分钟
- 讲解思路清晰，层次分明
- 注意适时停顿，与客户沟通并取得认同
- 对逻辑要熟悉，掌握沟通要点



目录



1

车险销售理念

2

车险产品介绍



3

车险销售步骤

4

切入寿险逻辑

车险产品介绍

互动业务

基础知识

投保实务

什么是互动业务？



- 互动业务，又称相互代理，是指同一保险集团内各专业保险公司间**相互代为办理**保险业务
- 在国外一般成为交叉销售，国内其他公司也称综合开拓



目前**车险**

占所列险种业务量的**80%**

从事寿险行业的**第一桶金**从这里开始！

车险产品介绍

互动业务

基础知识

投保实务

什么是车险？



- 机动车交通事故责任强制保险
(简称“交强险”)
- 机动车商业保险

机动车交通事故责任强制保险

- 简称 **“交强险”**
- 是每个车主都要购买的险种
- 产品定义：由保险公司对被保险机动车发生道路交通事故造成**第三者**（不包括本车人员和被保险人）的人身伤亡、财产损失,在责任限额内予以赔偿的**强制性**责任保险

中华人民共和国国务院令

第 462 号

《机动车交通事故责任强制保险条例》已经2006年3月1日国务院第127次常务会议通过，现予公布，自2006年7月1日起施行。

总 理 温家宝

二〇〇六年三月二十一日

2006年7月1日
《机动车交通事故责任强制保险条例》
在全国实行

机动车交通事故责任强制保险责任限额

一、在道路交通事故中有责任的赔偿限额为：

死亡伤残赔偿限额

110000元人民币

医疗费用赔偿限额

10000元人民币

财产损失赔偿限额

2000元人民币

二、在道路交通事故中无责任的赔偿限额为：

死亡伤残赔偿限额

110000元人民币

医疗费用赔偿限额

1000元人民币

财产损失赔偿限额

100元人民币



中国保监会于08年1月1日公布调整后的机动车交通事故责任强制保险（简称交强险）的责任限额标准

保费计算的相关规定

- 各公司实行**统一条款，统一费率**
- 实行“**奖优罚劣**”的浮动费率机制
- 每辆车仅可投保**一份**交强险



《机动车交通事故责任强制保险》 费率浮动因素表

浮动因素		浮动比率
A1	上一个年度未发生有责任道路交通事故	-10%
A2	上两个年度未发生有责任道路交通事故	-20%
A3	上三个及以上年度未发生有责任道路交通事故	-30%
A4	上一个年度发生一次有责任不涉及死亡的道路交通事故	0%
A5	上一个年度发生两次及两次以上有责任道路交通事故	10%
A6	上一个年度发生有责任道路交通死亡事故	30%

最佳的拜访理由从天而降

95%的客户会选择在**同一家公司**购买交强险、机动车商业保险，乃至人寿保险



我们已经抢占了先机，拥有了一定的客户群

- 让已购买商业车险的客户为我们转介绍客户
- 让未购买的准主顾有了一个100%成交的理由



交强险保了别人的车 我自己的车怎么办？



商业车险 可以解决这个问题？

商业车险=基本险+附加险



基本险

车辆损失险

商业第三者责任险

车上人员责任险

全车盗抢险

附加险

玻璃单独破损险

车身划痕损失险

其他.....

车辆损失险

- 负责赔偿因**自然灾害和意外事故**造成车辆自身的损失，如碰撞、倾覆、火灾、爆炸、暴风、暴雨等
- 赔付交强险各分项限额以上部分

- 责任免除：
 - 他人的故意行为
 - 保险车辆涉水行驶或保险车辆被水淹导致的发动机损坏
 - 保险车辆肇事逃逸
 - 未按保险合同缴纳保险费的
 - 停车费，保管费，扣车费及各种罚款
 - 轮胎钢圈的单独损坏，灯具及倒车镜的单独损坏

商业第三者责任险

- 负责赔偿保险车辆因**意外事故**，致**第三者**遭受的直接损失，依法应当由被保险人支付的赔偿金额
- 赔付交强险各分项限额以上部分

- 责任免除：
 - 全车被盗抢期间造成的第三者损失
 - 被保险人利用保险车辆进行犯罪活动
 - 被保险车辆造成驾驶员及他们的家庭成员的损失
 - 因污染引起的补偿与赔偿

车上人员责任险

- 负责赔偿车辆发生意外事故造成车上人员的人身伤亡（包括司机和乘客）和所载货物的损失，依法应由被保险人承担的赔偿责任
- 赔付交强险各分项限额以上部分



全车盗抢险

- 全车盗抢险负责赔偿车辆因**被盗窃、被抢劫、被抢夺**造成车辆的全部损失，以及期间由于车辆损坏或车上零部件、附属设备丢失所造成的损失，以及保险车辆在全车被抢劫、抢夺过程中，受到损坏需要修复的合理费用。

好好的车一眨眼就被盗了，二十几万啊，一下就没s了.....



车身划痕损失险

- 车身划痕险，保险车辆发生无明显碰撞痕迹的车身表面油漆单独划痕，本公司根据本合同的规定按实际损失负责赔偿。



玻璃单独破碎险

- 是专门为本车玻璃单独破碎设计的险种



回顾上述问题，一起想一想



一问到底



第1题



第2题



第3题



第4题



第5题



第6题



第7题



第8题

车险产品介绍

互动业务

基础知识

投保实务

车险投保需提供的资料

- **1.个人投保**
 - (1) 身份证复印件
 - (2) 行驶证复印件
 - (3) 上年度交强险和商业险保单复印件
 - (4) 投保人签字确认

车险投保需提供的资料

• 2.企业投保

- (1) 组织机构代码证复印件
- (2) 行驶证复印件
- (3) 上年度交强险和商业险保单复印件
- (4) 投保单盖公章

理赔流程介绍



发生保险事故

拨打报案电话95519，双方事故有人伤的，
同时要向交警122进行报案处理

交警处理或查勘现场

事故车辆维修前到定损中进行定损

客户按指引提交索赔资料

理算核赔，支付赔款

新人育成——创业启航班

目录



1

车险销售理念

2

车险产品介绍

3

车险销售步骤



4

切入寿险逻辑

车险销售步骤



1.罗列名单——从缘故市场突破

- 有车的亲戚、朋友等
- 车友俱乐部的成员
- 现有客户中有车的
- 即将购买新车的老客户
- 有车的老客户转介绍的车友
- 通过其他渠道获取的准主顾名单



1.罗列名单——从陌生市场突破

- 车管所
- 运输公司、汽车站
- 交通管理部门
- 洗车场、汽车美容
- 加油站、驾驶学校
- 社区、生活小区

如能联合管理人员，
将会事半功倍哦！



开始整理名单

在原客户名单中直接标注

2.电话告知（1/2）

- **准备：**
 - **工具准备：**名单、纸、笔等；
 - **心态准备：**要很平静的，不管客户什么态度，我们都要心平气和、冷静地去对待。
- **地点：**家里或者安静的地方

2.电话告知（2/2）

- **逻辑：**我现在在保险公司工作，可以提供车险服务，您可以把您的行驶证和上一年度的保障项目告诉我，我给您做个报价，你对比一下。

3.销售面谈

- **逻辑：**其实买车险，最重要的就是服务，因此选择公司就很重要。
- 中国人寿作为央企是中国最大的金融保险集团之一，网点多，服务有保障，绝对值得信赖。你看车险每年都要买，可以在我们公司买

3.记录排序

- 客户投保后，要详细记录客户车险的投保信息，对客户的车险月份进行标记，整理出**各月**的车险客户（1-12月份的客户列出来）
- 至少**提早20天**，打电话给车险临近到期的客户

逻辑演练

- 角色分配：
- 角色A：客户经理
- 角色B：客户
- 演练时间：6分钟
- 讲解思路清晰，层次分明
- 注意适时停顿，与客户沟通并取得认同
- 对逻辑要熟悉，掌握沟通要点



目录



1

车险销售理念

2

车险产品介绍

3

车险销售步骤

4

切入寿险逻辑



1.人不如车值钱

- 姚先生，您的车子该买的保险都买了，但是，您知道吗？很多人理解的车子“**全保**”**也不是全部都保**，比如第三者责任保险是对第三方造成的伤害和车辆的赔偿，当事故发生，很有可能**人还不如车值钱**。
- 2016年，有一个大学的副校长发生车祸，结果对方的货车司机由保险赔付100万，驾驶的奥迪车报废赔付40万，**校长本人却只赔司乘险1万！**
- **一个人再有本事，都无法预防意外。**

2.引导百万如意行

- 您是一个非常有责任心与保险观念的成功人士，所以你给自己的爱车买足够了保险，同时也给别人买足够的保险，但是**自己以及常坐车的家人的保障呢？**
- 我们公司现在车险客户**都给自己额外再加一份意外险**，叫百万如意行，每年只需要交.....元的保费，连续交10年，自驾车的意外保障达到100万，如果意外住院的话还有每天200元的住院津贴，30年满期未发生意外，1.15倍保费返还，**我有车的朋友都办了**，您看需不需要再了解一下。

3.引导健康险

- 人生的三大风险，**意外、健康**和养老。我们已经解决了意外风险，接下来，再谈谈另一个风险——健康。
- （引导健康险销售理念）
- **风险面前人人平等**，所以你自己有了保险后，你的家人也需要保险。
- （引导家人购买保险）

逻辑演练

- 角色分配:
- 角色A: 客户经理
- 角色B: 客户
- 演练时间: 10分钟
- 讲解思路清晰, 层次分明
- 注意适时停顿, 与客户沟通并取得认同
- 对逻辑要熟悉, 掌握沟通要点





- 1.车险销售理念
- 2.车险投保实务：3复印+1签字
- 3.车险销售步骤
罗列名单、电话告知、销售面谈、记录排序
- 4.切入寿险逻辑
人不如车值钱、引导百万如意行、引导健康险

诠释保险真谛 打造全保代理人

温馨提示



- **加强演练：与家人或主管演练，直到能熟练、生动地表达**
- **补充完整车险客户资料表**
- **市场实践：请预估客户的寿险需求点
做好沟通准备**

新人育成——创业启航班



谢谢聆听!



关注微信公众号“今日保条”
了解更多保险行业资讯

本报告来自互联网公开渠道，
版权归原作者。



精选3000篇保险报告
每天更新10篇+
与百位保险大咖在线交流

扫码
获取

