



آیا تا به حال به این نکته فکر کرده‌اید که تفاوت عمده و اصلی بین نمایندگان و فروشندگان حرفه‌ای بیمه در این کشور، با نمایندگان و فروشندگانی که شبانه‌روز در حال دست و پا زدن و تقلا کردن برای موفق شدن هستند در چیست؟! تفاوت از اینجا شروع می‌شود که موفق‌های فروش در صنعت بیمه، علاوه بر دانستن اینکه چه کارهایی را باید برای موفقیت انجام بدهند، این را هم می‌دانند که چه کارهایی را نباید انجام دهند.

به عبارت ساده‌تر، برای اینکه به جُرقه‌ی حرفه‌ای‌های فروش در صنعت بیمه پیوندد، دانستن نبایدهای فروش به همان اندازه‌ی دانستن بایدهای فروش، اهمیت دارد. اما گاهی اوقات فروشندگان و نمایندگان بیمه، عادت‌هایی را در خودشان ایجاد می‌کنند که مانع از رسیدن آنها به موفقیتی که واقعاً هم دارند برایش زحمت می‌کشند می‌شود.

من در این مقاله، شش عادت اشتباه نمایندگان و فروشندگان بیمه در ایران را با شما در میان خواهم گذاشت. اینها اشتباهات و عاداتی هستند که حرفه‌ای‌های فروش بیمه، هرگز آنها را در جریان فروش‌های خود انجام نمی‌دهند. اگر بتوانید از این شش عادت اشتباه در فروش‌های خود اجتناب کنید، به زودی تبدیل به یکی از برترین فروشندگان بیمه خواهید شد و از پول و درآمد سرشاری که قطعاً به دنبال آن برای‌تان ایجاد می‌شود، لذت خواهید بُرد.

عادت اشتباه شماره 1: اینکه به مشتری این اجازه را می‌دهید که پروسه‌ی فروش را

خودش رهبری و هدایت کند

بهترین روش برای کنترل پروسه و روند فروش در جلسه ملاقات با مشتری و به دست گرفتن کنترل جلسه، طرح کردن سؤالات هدفمند و هوشمندانه از مشتری است (برای آشنایی با روش طراحی اینگونه سؤالات، به کتاب الکترونیکی من با عنوان «[رمز فروشندگی بیمه‌های عمر در ایران](#)» مراجعه نمایید). طرح سؤالات با کیفیت، می‌تواند نیازهای خاص مشتری شما را آشکار کند و البته این فرصت طلایی را نیز به شما می‌دهد که به ارزیابی این نکته بپردازید که آیا بیمه‌نامه پیشنهادی شما قادر به رفع نیازهای خاصی که مشتری‌تان با آنها مواجه است، می‌باشد یا خیر؟!

ضمن اینکه این روش، بهترین راه برای کشف نیازهای مشتری و بنابراین، مطرح کردن خودتان به عنوان یک کارشناس خبره در زمینه رفع آن نیازهای خاص در نظر مشتری است (برای آشنایی با روش تبدیل شدن به یک مشاور معتمد بیمه‌ای در نظر مشتری، به کتاب چاپی من با عنوان «[سیاره مشتری؛ هنر مشتری‌یابی در بیمه](#)» مراجعه نمایید).

عادت اشتباه شماره 2: اینکه شما از انجام تحقیقات قبل از برگزاری جلسه ملاقات با

مشتری، غفلت می‌کنید

اگر آن قدر خوش‌شانس هستید که امکان ملاقات حضوری با یک مشتری مهم یا شرکت بزرگ را به دست آورید، بهتر است قبل از حضور در آن جلسه، تحقیقات کاملی درباره مشتری خود، شغل و درآمدهای وی، ریسک‌های موجود در کار یا زندگی او و نیازهای بالقوه‌ای که ممکن است به بیمه‌نامه پیشنهادی شما داشته باشد را انجام دهید. البته من این درس بزرگ را به بهای گزافی آموختم.

دقیقاً یک مورد به خصوص را به خاطر دارم که بالآخره و در نهایت، موفق شدم بعد از صرف وقت و تلاش بسیار زیاد، یک قرار ملاقات را با یک مشتری خیلی مهم، تنظیم کنم.

اما متأسفانه قبل از اینکه وارد آن جلسه ملاقات بشوم، هیچ زمانی را صرف انجام تحقیقات درباره شرکت و کسب و کار آن مشتری نکردم و همین اشتباه باعث شد تا تقریباً تمام زمان آن جلسه، به جای اینکه صرف ارائه راهکارهایی بشود که بسته‌ی بیمه‌ای پیشنهادی من برای رفع مشکلات و مسائل آنها در خود داشت، صرف ارائه‌ی توضیحات درباره اصول پایه و اولیه فعالیت‌ها و تولیدات آن شرکت از سوی مشتری شود.

البته نیازی به گفتن نیست که من نتوانستم قرارداد فروش را با آن مشتری و شرکت او ببندم و آن روز دست خالی، جلسه را ترک کردم. همین تجربه تلخ، باعث شد که دیگر هرگز نسبت به انجام تحقیقات درباره مشتری و کسب و کار و نیازهای وی، قبل از آغاز جلسه ملاقات، غفلت نکنم.

بنابراین باید همواره زمانی را صرف به دست آوردن اطلاعات مهم درباره شغل، نیازها، خواسته‌ها، تقاضاها و ریسک‌های موجود در کار و زندگی مشتری‌تان قبل از شروع جلسه ملاقات کنید تا بدین ترتیب، شانس بسیار بیشتری برای فروش بیمه‌نامه پیشنهادی‌تان به آن مشتری داشته باشید.

عادت اشتباه شماره 3: اینکه بیش از حد، در طول جلسه ملاقات با مشتری، صحبت

می‌کنید

بسیاری از فروشندگان و نمایندگان بیمه، بیش از حد انتظار، درباره تجربیات‌شان، بیمه‌نامه پیشنهادی‌شان، ویژگی‌های فنی آن بیمه‌نامه و خاطراتی که از فروش‌های قبلی خود دارند حرف می‌زنند. متأسفانه اینگونه حرافی‌ها مطلقاً هیچ چیزی برای متقاعد ساختن مشتری‌هایی که باید

از آنها خرید کنند در خود ندارند و تازه برعکس، باعث می‌شود مشتری با خودش فکر کند که این فروشنده، هیچ اهمیتی به نیازهای وی نمی‌دهد و فقط برای کسب سود و فروش بیمه‌نامه‌ی خودش، آنجا نشسته است.

اما در مقابل، درگیر کردن مشتری در بحث، به وسیله‌ی سؤال کردن از مشتری درباره تجربه‌ها و مخصوصاً نیازهایی که دارد، باعث می‌شود تا هم‌زمان با اینکه مشتری مشغول صحبت کردن است، شما زمان کافی داشته باشید تا تأثیرگذارترین و مؤثرترین استراتژی و راه حل خود برای رفع آن نیازها را تعیین و مشخص کنید. (من در کتاب «[رمز فروشندگی بیمه‌های عمر در ایران](#)» راهکار عملی برای این منظور را ارائه نموده‌ام).

عادت اشتباه شماره 4: اینکه به مشتری خود اطلاعات نامناسب، غیر ضروری و بی‌ربط ارائه می‌دهید

من به واسطه شغلی که در صنعت بیمه دارم، روزانه به تعداد زیادی از فایل‌های صوتی مربوط به جلسات ملاقات نمایندگان و فروشندگان بیمه با مشتری گوش می‌کنم که در اغلب آنها، فروشنده یا نماینده بیمه، اطلاعاتی را ارائه می‌نماید که تقریباً فاقد هرگونه معنا و مفهومی برای مشتری می‌باشد.

واقعیت این است که یک مشتری، کمترین میزان اهمیت را نسبت به اینکه شما دارای چه مقدار توانگری مالی در صنعت بیمه هستید و یا مثلاً سایر بیمه‌گذاران شما چه کسانی هستند و یا اینکه از کدام مؤسسه معتبر اروپایی چه گواهینامه یا تندیسی دریافت کرده‌اید و... قائل است. مشتری به تنها چیزی که اهمیت می‌دهد، فقط و فقط این است که آیا بیمه‌نامه پیشنهادی شما:

- کمکی به شخص او می‌کند یا خیر؟!
- دردی از دردهای وی را دوا می‌کند یا خیر!؟

- نیازی از مجموعه‌ی نیازهای وی را رفع می‌کند یا خیر؟!

شما باید بیشترین زمان ممکن در جلسه ملاقات خود با مشتری را به صحبت درباره موضوعات فوق اختصاص دهید و اینکه مشتری چگونه از بیمه‌نامه پیشنهادی شما صاحب منفعت می‌شود. از این بابت اطمینان داشته باشید تا زمانی که مشتری قانع نشود بیمه‌نامه شما قادر به رفع مشکل یا مسئله‌ی او هست و یا اینکه زندگی یا کار را برای وی ساده‌تر می‌سازد، اقدام به خرید نخواهد کرد.

عادت اشتباه شماره 5: اینکه برای ارائه‌ی صحیح بیمه‌نامه خود به مشتری، آمادگی

قبلی ندارید

خیلی خوب به خاطر دارم که وقتی برای اولین بار می‌خواستم بیمه‌نامه آتش‌سوزی منازل مسکونی بفروشم، به صورت رندوم و اتفاقی، یک تماس تلفنی با یک مشتری گرفتم و در حالی که "خدا خدا" می‌کردم که تلفن مشتری به روی پیام‌گیر برود، مشتری گوشی را برداشت و گفت: «الو؟! بفرمایید...»

وقتی که برخلاف انتظار من، مشتری تلفن را جواب داد، هول شدم و به جای پرسیدن سؤالاتی حساب‌شده و از قبل آماده شده که باعث می‌شد تا کنترل مکالمه‌ی فروش را به دست بگیرم، تمام وقتم را صرف پاسخ دادن به سؤالات آن مشتری کردم. همین امر باعث شد تا مشتری بتواند کنترل کل آن مکالمه فروش یا بهتر بگویم مکالمه «عدم فروش» را در دست خودش بگیرد.

بنابراین چه در حال یک مکالمه تلفنی به قصد فروش و چه در یک جلسه ملاقات حضوری با مشتری باشید، اینکه شما با آمادگی کامل و قبلی ظاهر بشوید، از اهمیت بسیار حیاتی برخوردار است. حتی باید بیش از آنچه ظاهر کلمه «آمادگی» نشان می‌دهد، آماده باشید.

بدین معنا که تمامی اطلاعات مفید و مهم شامل قیمت‌ها، توصیه‌نامه‌ها، جداول حق بیمه و نمونه‌ها و حتی لیستی از سؤالاتی که نیاز دارید تا با پرسیدن آنها بتوانید مکالمه‌ی فروش با مشتری را در مسیر دلخواه خودتان هدایت کنید را از قبل آماده کرده باشید.

پیشنهاد من برای شما این است که یک چک‌لیست شامل تمامی اطلاعاتی که به آنها نیاز پیدا خواهید کرد، درست کنید و سپس قبل از هر مکالمه تلفنی یا ملاقات حضوری با مشتری، آن چک‌لیست را مرور نمایید.

مهم نیست که چند بار مکالمه‌ی تلفنی داشته‌اید یا چند بار یک ارائه مشابه ارائه‌های قبلی در جلسه ملاقات با مشتری داشته‌اید؛ در هر صورت شما باید مطالب چک‌لیست خود را قبل از شروع، مرور کنید. یادتان باشد که شما فقط یک فرصت بسیار کوتاه برای ایجاد یک تأثیر اولیه بزرگ بر روی مشتری خود را دارید؛ پس آن را هدر ندهید.

عادت اشتباه شماره 6: اینکه در ارائه درخواست قاطعانه از مشتری برای خرید

کردن، ناکام هستید

هنگامی که در هر جلسه ملاقاتی با مشتری خود، به پایان پروسه توضیح و ارائه‌ی بیمه‌نامه پیشنهادی خود می‌رسید، موظفید از مشتری بخواهید تا بیمه‌نامه‌ی پیشنهادی شما را بخرد. مخصوصاً زمانی که از قبل، وقتی را صرف تحقیق و کشف نیازهای مشتری کرده‌اید و از این مسئله اطمینان دارید که بیمه‌نامه شما قادر به کمک به مشتری برای رفع نیازهایش می‌باشد.

تا زمانی که به روشی مطمئن و البته غیر تهدیدآمیز و غیر تحمیلی، درخواست خرید کردن را از مشتری داشته باشید، مردم معمولاً به شما پاسخ و واکنش مثبتی نشان می‌دهند. فقط کافیست امتحان کنید.

به هر حال این را بدانید که حتی برترین و حرفه‌ای‌ترین فروشندگان و نمایندگان بیمه هم، گاهی دچار اشتباه می‌شوند، اما اگر شما بتوانید از این شش اشتباهی که فروشندگان حرفه‌ای هرگز انجام نمی‌دهند اجتناب کنید، احتمال اشتباه کردن در فروش را تا حد بسیار چشم‌گیری کاهش داده و در مقابل، توانایی خود برای قطعی کردن و بستن فروش را افزایش می‌دهید.

بیمه‌گر و توانگر باشید...

حامد عسگری

[لینک منبع مقاله](#)