



دوره آموزشی بازاریابی تلفنی بیمه و فروش تلفنی بیمه ۱۴۰۰

دوره آموزشی بازاریابی تلفنی بیمه و فروش تلفنی
بیمه ۱۴۰۰

فروش تلفنی بیمه و بازاریابی تلفنی بیمه یکی از کارهایی
است که می‌توان با یادگیری چند تکنیک موثر به عنوان
یک شغل به آن نگاه کرد و به صورت فریلنسری به آن



مشغول شد.

امروزه در شرایطی زندگی می‌کنیم که تحول‌های بزرگ اجتماعی در حال رخ دادن هستند؛ به همین سبب ما باید سبک زندگی و شغلی خود را همسو با این تغییرات کنیم؛ در غیر این صورت پیشرفت چندانی نخواهیم کرد. شکل کسب و کارها نیز امروزه تغییرات زیادی کرده است و خیلی از افراد به فریلنسری و دورکاری تمایل نشان داده‌اند. با شیوع ویروس کرونا تمایل به فریلنسری افزایش پیدا کرد و کسب و کارهایی که از قبل به دورکاری روی آورده بودند کمتر دچار ورشکستگی‌های مالی شدند.

با توجه به گسترش شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی، هنوز هم فروش تلفنی می‌تواند موثر باشد و به عنوان مکمل شیوه‌های فروش مجازی و اینترنتی مورد استفاده قرار بگیرد. با توجه به اهمیت این موضوع در این مطلب به صورت مفصل به فروش تلفنی بیمه پرداخته می‌شود؛ **اشتباهات رایج در هنگام فروش تلفنی** به شما گوش زد می‌شود و راهکارهای موثر برای افزایش فروش در اختیار شما قرار داده می‌شود.



آموزش رایگان بازاریابی تلفنی بیمه فروش تلفنی بیمه بهزاد
استقامت حمایت از مشاغل راه مدیران

نحوه فروش تلفنی بیمه | بازاریابی تلفنی بیمه

برای این که بتوان در **فروش تلفنی بیمه** موفق شد؛ باید با نحوه مکالمه صحیح تلفنی آشنا بود. قبل از اینکه افراد در حوزه **فروش تلفنی بیمه** مشغول کار شوند باید با تکنیک‌ها و ابزارهای لازم با



فروش تلفنی آشنا باشند. برخی از مهمترین ابزارها عبارتند از:

۱- داشتن اسکریپت:

داشتن متن فروش و یک اسکریپت موثر برای فروشنده بیمه از نان شب هم واجب‌تر است. در این اسکریپت باید به نکات مهم پرداخته شود و طرح کلی فروش تلفنی بیمه در آن گنجانده شود. یک نمایندگی بیمه ممکن است فروشندگان متعددی داشته باشد؛ نمایندگی‌ها برای ایجاد رویکرد مشترک بین فروشندگان بیمه می‌توانند از اسکریپت استفاده کنند. اسکریپت باعث افزایش و حفظ تمرکز فروشنده می‌شود و از پرداختن به موضوعات حاشیه‌ای و غیر اصلی جلوگیری می‌کند. حرف زدن منسجم و طبق قاعده بهتر می‌تواند مشتری را برای خرید مجاب کند.

۲- پیشنهادات عالی و موثر:

یک فروشنده تلفنی موفق همیشه چند پیشنهاد عالی و موثر برای مخاطب خود در نظر دارد. شاید در ذهن خیلی از افراد این سوال پیش بیاید که برای **فروش تلفنی بیمه** چه پیشنهادی می‌تواند موثر باشد؟ برای دادن پیشنهاد بهتر است؛

خدمات سایر رقبا بررسی شود. یکی از انواع خدمات بیمه در نظر گرفته شود و با لیست خدمات بیمه‌ای که فروشنده قرار است به فروش برساند؛ مقایسه شود. خدماتی که رقبا انجام نمی‌دهند؛ می‌تواند یک پیشنهاد موثر و وسوسه‌آمیز باشد. به عنوان مثال ممکن



است یک نوع بیمه عمر اتومبیل شخصی افراد را بیمه نکند در حالیکه یک بیمه عمر ممکن است این کار را انجام دهد. پس اشاره به این موضوع در اسکرپیت می‌تواند باعث افزایش فروش شود. -برخی از بیمه‌های عمر، بیماری‌های خاص را تحت پوشش قرار می‌دهند و خدماتی مانند خدمات دندانپزشکی را تحت بیمه پوشش خود قرار نمی‌دهند؛ اگر یک فروشنده بیمه پیشنهاد تحت پوشش قرار گرفتن خدمات دندانپزشکی را به مشتری بالقوه دهد؛ مشتری برای استفاده از این بیمه راغب‌تر خواهد شد.

۳- درک نیاز و خواسته‌های مشتریان:

درک مشتری و همدردی کردن با او یکی از مواردی است که می‌تواند -مشتری را برای استفاده از خدمات بیمه‌ای که فروشنده معرفی می‌کند؛ ترغیب کند. در هنگام مکالمه تلفنی باید به این اصل پایبند بود: همانطور که می‌خواهید با شما رفتار شود؛ با دیگران رفتار کنید. عزت و احترام مخاطب در هنگام مکالمه تلفنی باید حفظ شود. مخاطب نباید به هیچ عنوان احساس کند که فروشنده قصد دارد؛ محصول خود را به هر طریقی به فروش برساند و برای او احساس و نیاز مشتری مهم نیست. نحوه مکالمه و رفتار فروشنده باید به گونه‌ای باشد که گویا قرار است به مخاطب خدمت کند و یکی از نیازهای اساسی مشتری را برطرف سازد.

۴- تاثیر نگرفتن از تماس قبلی:



ممکن است در یک تماس تلفنی با مشتری بالقوه وارد بحث و جدل شوید یا مشتری به شما بی احترامی کند. از این رو در نظر بگیرید که نباید به هیچ عنوان از این تماس تاثیر بپذیرید؛ زیرا تاثیر گرفتن از این تماس روی لحن و نحوه مکالمه شما در تماس بعدی تاثیر می‌گذارد و انرژی شما را منفی می‌کند.

اگر به هر دلیلی در یک تماس وارد چالش شدید و به شما بی احترامی شد؛ تماس را کوتاه کنید و بدون مقابله به مثل تلفن را قطع کنید. بعد از قطع تلفن چند بار نفس عمیق بکشید؛ پوزیشن خود را تغییر دهید مثلاً اگر در حالت ایستاده هستید؛ شروع به قدم زدن کنید و یک لیوان آب سرد بنوشید. چند جمله مثبت تاکیدی و مانترا تکرار کنید و به سراغ تماس بعدی بروید.

۵- پرسیدن سوال از مشتری:

پرسیدن سوال از مشتری یک استراتژی بسیار مهم است که می‌تواند در افزایش فروش تلفنی بیمه سهم بسزایی داشته باشد. به جای پیوسته صحبت کردن و استفاده از مونولوگ، از دیالوگ استفاده کنید. برخی از فروشندگان زمانی که با یک مشتری بالقوه روبه‌رو می‌شوند؛

پس از پرسیدن اینکه آیا مایل به خرید بیمه هستید؟ جواب خیر را دریافت می‌کنند؛ سریع تلفن را قطع می‌کنند و به سراغ تماس بعدی می‌روند. اگر فروشندگان بخواهند همین روند را در تماس‌های خود پی بگیرند؛ به زودی باید شاهد کاهش چشمگیر فروش تلفنی بیمه



باشند. حرف کشیدن از مشتری یک هنر است که با یادگیری فنون مذاکره می‌توانید این هنر را به دست بگیرید. ایجاد کردن انگیزه در مشتری و جملات پرسشی در اسکریپت می‌تواند مشتری را به حرف بیاورد.

پرسیدن سوال‌هایی مانند می‌توانم دلیل خرید نکردن بیمه را جویا شوم؟ آیا شما در خصوص بیمه عمر اطلاع دارید؟ آیا شما فرزند دارید؟ فرزندان شما در چه رده‌های سنی هستند؟ آیا در خصوص بیمه اجباری اطلاعاتی دارید؟ از این قبیل سوال‌ها می‌تواند مشتری را وارد دیالوگ کند و با کسب و جمع آوری اطلاعات و به شما کمک می‌کند تا استراتژی لازم برای فروش بیمه را درخصوص این مشتری به کار گیرید. حتی اگر این تماس به خرید بیمه منجر نشود؛ باز هم شما ضرر نکرده اید زیرا می‌توانید اطلاعات به دست آمده از این مکالمه را وارد لیست‌های مربوطه کنید و در مکالمات بعدی روی آنها مانور دهید. به عنوان مثال ممکن است فرد به دلیل آگاهی نداشتن از مزیت‌های بیمه عمر برای فرزندان، اقدامی برای خرید بیمه عمر نکرده است. شما این دلیل را وارد لیست عدم دلایل خرید بیمه می‌کنید و در صورتی که آمار این دلیل بیش از سایر دلایل ها باشد روی مکالمات بعدی روی این مزیت مانور می‌دهید.



آموزش رایگان بازاریابی تلفنی بیمه فروش تلفنی بیمه بهزاد
استقامت حمایت از مشاغل راه مدیران

۶- تهیه لیست برای بازاریابی تلفنی :

برای اینکه آمار فروش تلفنی بیمه افزایش پیدا کند و تعداد تماس‌های موفق زیاد شود؛ فروشندگان باید لیست‌هایی را در اختیار داشته باشند. این لیست‌ها جزو ابزارهای اصلی و کارآمد در فروش تلفنی انواع بیمه مانند فروش تلفنی بیمه اموال، فروش تلفنی بیمه عمر، فروش تلفنی بیمه شخص ثالث، فروش تلفنی بیمه آتش سوزی و.... است.

لیست‌هایی که تهیه می‌شود چند نوع است. در یک لیست اطلاعات و شماره تلفن مشتریان هدف قرار دارد؛ در یک لیست دلایل خرید



نکردن بیمه توسط مشتریان قرار دارد که از طریق جمع آوری اطلاعات فروشندگان به آن دست پیدا کرده‌اند؛ در یک لیست مهمترین دلایل خرید بیمه که از طریق جمع آوری اطلاعات به دست آمده است وجود دارد. این لیست ها به فروش تلفنی بیمه بسیار نظم می‌بخشد و فروش را هدفدارتر می‌کند. برای تهیه لیست علاقه‌مندی های مشتریان می توانید با بررسی سایت بیمه این کار را انجام دهید.

گوگل آنالیتیکس در این زمینه به شما کمک خواهد کرد بدین نحو که بعد از وارد شدن به این ابزار از قسمت audience وارد قسمت interests می شوید و از علایق کاربران سایت بیمه تا حدودی اطلاعات کسب می کنید.

۷- نحوه مکالمه برای بازاریابی تلفنی بیمه و فروش تلفنی بیمه :

نحوه مکالمه در تماس تلفنی برای فروش تلفنی بیمه و بازاریابی تلفنی بیمه، مهمترین عنصری است که می‌تواند یک مشتری بالقوه را به یک مشتری دائمی تبدیل کند. در خصوص نحوه مکالمه حرف‌های زیادی برای گفتن است. مکالمه شامل لحن صحبت، ریتم صحبت، نحوه بیان جملات و لغات، کلمات و جملات استفاده شده، میزان بلندی صدا، فرکانس صدا و غیره را شامل می‌شود. هر کدام از این پارامترها شامل جزئیات بسیار مهمی است که می‌توانند روی مخاطب تاثیر گذار باشند.

یکی از دلایل اهمیت مکالمه و لحن به خاطر این است که شخص در



پشت تلفن تصویری از گوینده ندارد و صرفاً با صدای او ارتباط برقرار می‌کند در نتیجه گوینده باید آنقدر نفوذ کلام داشته باشد که بتواند در مخاطب تاثیر بگذارد. هنگام صحبت کردن مهم است که گوینده به صورت روان صحبت کند و اصطلاحات آشنا به کار ببندد. هرچقدر گوینده ثقیل تر صحبت کند و اصطلاحات تخصصی به کار ببندد؛ مخاطب خسته می شود و متوجه منظور و هدف گوینده نخواهد شد در نتیجه مکالمه بی نتیجه به پایان می‌رسد.

۸- لحن صحبت در بازاریابی تلفنی بیمه :

جردن بلفورت در کتاب خود به اسم گرگ وال استریت در خصوص لحن‌ها و اهمیت لحن فروشنده صحبت می‌کند. جردن بلفورت عقیده دارد که بازاریاب باید از طریق لحن صدا در گفتار خود جذابیت ایجاد کند و با توجه به موقعیت مکالمه، نوع محصول، شخصیت شنونده و واکنش‌های شنونده در طول مکالمه باید از لحن‌های مختلف استفاده کند. به عنوان مثال لحن مشتاق و صمیمی در ابتدای مکالمه باعث تاثیر گذاری روی شنونده می‌شود.

یک سری از جملات بر مبنای همدلی با مشتری در اسکریپت باید نوشته شود و با لحن اطمینان آن جملات برای اعتماد سازی بیان شوند. جملات راز آلود باید با لحن راز آلود و جملات همدلی با لحن صمیمی بیان شوند. بازاریاب باید در فروش تلفنی بیمه آنقدر به مهارت رسیده باشد که بتواند متناسب با هر موقعیت لحن صدای خود را تغییر دهد.



۹- مثال های ملموس و واقعی:

مثال‌های ملموس و واقعی ابزاری هستند که بازاریاب به کمک آن می‌تواند در فروش تلفنی انواع بیمه‌ها مانند **فروش تلفنی بیمه عمر، فروش تلفنی بیمه بدنه ماشین، فروش تلفنی بیمه شخص ثالث، فروش تلفنی بیمه درمانی و فروش تلفنی بیمه کودک و نوجوان** موفق شود.

به عنوان مثال می‌توانید در مکالمه تلفنی شخصی را مثال بزنید که بیمه تامین آتیه کودک و نوجوان را برای فرزند خود در سال‌های گذشته خریداری کرده بود و بعد از گذشت چند سال از تسهیلات و سرمایه اندوخته شده در بیمه برای هزینه تحصیل، جهیزیه، سرمایه کار و ازدواج برای فرزند خود استفاده کرده است.

یکی از مشکلات جامعه امروز ما مشکل بیکاری جوانان است؛ اگر سرمایه لازم برای اشتغال جوانان فراهم باشد؛ سن ازدواج و سن ورود به بازار کار و استقلال مالی کاهش پیدا می‌کند و جوانان موفقیت‌های مالی و علمی بیشتری کسب می‌کنند؛

حال اگر مشتری بالقوه یک والد مسئولیت پذیر باشد؛ با ذکر این مثال واقعی و ملموس می‌تواند برای خرید بیمه ترغیب شود. به عنوان مثال بازاریاب می‌تواند در فروش تلفنی بیمه بدنه مزیت‌ها و پوشش‌های اضافی که بیمه تقبل می‌کند اشاره کند؛ مثلاً برخی از بیمه‌های بدنه در پوشش‌های اضافی خود در صورتی که خط و خشی در اثر عوامل مختلف مثل کشیده شدن میخ به بدنه ماشین وارد شود؛ بیمه خسارت را به صاحب ماشین می‌دهد.



مثلاً بازاریاب بیمه می‌تواند یک قرار ملاقات با مشتری بالقوه بگذارد یا شماره تلفن و آدرس شبکه های اجتماعی مشتری بالقوه را بگیرد و رسیدهای پرداخت بیمه را به مشتری نشان دهد. از این طریق مشتری بالقوه می‌تواند اعتماد کند و به یک مشتری دائمی و وفادار تبدیل شود.



افزایش فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی بیمه - برای دریافت فیلم آموزشی فروش تلفنی بیمه رو عکس کلیک کنید

اشتباهات رایج در فروش تلفنی بیمه و بازاریابی تلفنی بیمه

بازاریاب‌ها علاوه بر اینکه باید با نحوه مکالمه و برقراری تماس آشنایی پیدا کنند؛ باید با اشتباهات رایج در تماس تلفنی نیز آشنا باشند. آشنایی با این اشتباهات به اندازه یادگیری نحوه مکالمه اهمیت دارد. ممکن است که بازاریاب تمامی قواعد را رعایت کند اما در اثر یک اشتباه کوچک درست در زمانی که قرار است یک مشتری



بالقوه به مشتری دائم تبدیل شود؛ معادله **فروش تلفنی بیمه** به هم بخورد. برخی از رایج ترین اشتباهات عبارتند از:

۱- **عدم توجه به دقایق اولیه تماس:**

پنج دقیقه اول تماس بیشترین تاثیر را در مخاطب می‌گذارد به همین خاطر نباید از این پنج دقیقه غافل بود. بهتر است لحن صدا در این حقایق لحنی شاد، صمیمی و در عین حال احترام آمیز باشد. لحن و لغت‌های به کار برده شده در مکالمه حداقل ۸۶ درصد در مخاطب تاثیر گذار است.

یکی از اشتباهات بازاریابان در دقایق اولیه تماس، استفاده از یک لحن یکنواخت است. لحن یکنواخت مکالمه را کسل کننده می‌کند. بازاریاب باید همواره به یاد داشته باشد که لبخند از روی لب او محو نشود و همواره با لبخند صحبت کند؛ درست است که در تماس تلفنی چهره گوینده مشاهده نمی‌شود اما انرژی و لحنی که لبخند به صحبت می‌دهد؛ حتی از پشت گوشی هم به مخاطب منتقل می‌شود.

۲- **عدم پیگیری و توجه به تماس‌ها:**

مشتری یکی از مهمترین استراتژی‌هایی است که **بازاریاب فروش تلفنی بیمه** باید آن را دنبال کند. در پایان هر تماس بهتر است به مخاطب زمان تماس بعدی را اعلام کنید. اگر زمانی تماس گرفته‌اید که مخاطب در موقعیت مناسبی نیست؛ با پوزش خواستن از



مخاطب قرار تماس بعدی را تعیین کنید. گاهی اوقات که مخاطب پاسخگو نیست بهتر است یک پست صوتی برای او بگذارید و از قبل یک اسکرپت برای پست‌های صوتی تهیه کنید.

بازاریاب **فروش تلفنی بیمه** باید آمادگی بالایی برای نه شنیدن داشته باشد؛ از نه شنیدن‌های مکرر ناامید نشوید و نهایت تلاش خود را برای تبدیل مشتری بالقوه به مشتری دائم به کار ببندید. اگر یک مشتری به شما نه گفت دلیل نه گفتن او را جویا شوید و با پیشنهادات موثر و بیان مزیت‌های محصول جواب نه را به جواب بله تبدیل کنید. زمانی دست از پیگیری بردارید که حداقل سه بار از مشتری نه بشنوید. جینی لوینسون و جی کنراد لوینسون در کتاب خود به نام بازاریابی چریکی به صورت آکادمیک و علمی در خصوص تبلیغات تحقیق کرده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که مشتری باید حداقل ۲۷ بار تبلیغ یک محصول را دیده یا شنیده باشد که بتواند برای آن اقدام به خرید کند.

همین موضوع اهمیت پیگیری بازاریابان را برای **فروش تلفنی بیمه** مشخص می‌کند. لوینسون کسی بود که توانست سیگار مارلبورو را در جهان بر سر زبان‌ها بیندازد. مدرسان فروش تلفنی پیشنهاد می‌کنند که حداقل ۵ بار تماس را پیگیری کنند تا بتوانند او را برای خرید بیمه متقاعد کنند.

۳- استراحت‌های طولانی مدت:

بعضی از افراد خیلی زود خسته می‌شوند و پس از صحبت کردن با



یک مشتری بالقوه تا تماس بعدی چندین دقیقه استراحت می‌کنند. استراحت‌های طولانی مدت بازاریاب را تنبل می‌کند و انگیزه‌ای برای ادامه فعالیت به او نمی‌دهد. برای زمان استراحت باید زمان تعیین کرد؛ مثلاً بعد از یک ساعت بی وقفه تماس گرفتن بین ۱۰ تا ۱۵ دقیقه به خود استراحت دهید. سپس از نو تماس گرفتن را شروع کنید.



آموزش رایگان بازاریابی تلفنی بیمه فروش تلفنی بیمه بهزاد
استقامت حمایت از مشاغل راه‌مدیران



۴- بازگو کردن ویژگی‌ها به جای مزیت‌ها:

-برخی از فروشندگان **فروش تلفنی بیمه** اسکرپیت را جلوی خود می‌گذارند و بدون وقفه از روی آن روخوانی می‌کنند؛ در مکالمه تلفنی -بازاریاب باید حالتی فعال داشته باشد. به جای بازگو کردن ویژگی‌های محصول به صورت پشت سر هم، ابتدا در خصوص وضعیت فعلی افراد سوال‌هایی بپرسید و با توجه به وضعیت فعلی آنها مزیت‌های محصول را شرح دهید.

سعی کنید با صحبت کردن و پرسیدن سوال‌های درست و به‌جا از مشتری، به ترس‌ها، آرزوها و انتظارات مشتری دست پیدا کنید و با فوکوس روی آنها این تماس تلفنی را به یک معامله دو سر برد خاتمه دهید. به عنوان مثال برای مشتری توضیح دهید که خرید بیمه عمر می‌تواند دوره بازنشستگی بدون دغدغه را برای آنها فراهم سازد.

بسیاری از بازنشستگان با مشکلات مالی دست و پنجه نرم می‌کنند و خیلی از آنها بعد از ۳۰ سال کار کردن مداوم، باز در دوره بازنشستگی به مشاغل آزاد می‌روند تا بتوانند بخشی از هزینه‌های خود و فرزندانشان را تامین کنند.

در صورتی که پرداخت هزینه‌ای بسیار اندک به صورت ماهانه، سالانه، سه ماهه یا شش ماهه می‌تواند سرمایه‌ای برای دوران بازنشستگی افراد اندوخته کند تا با این سرمایه کارهای مفید انجام



دهند. مثلاً به جای کار کردن در دوران بازنشستگی با سرمایه اندوخته شده از طریق بیمه، می‌توان سفر کرد و از دوران سالمندی نهایت لذت را برد.

۵- قطع کردن صحبت مشتری:

یکی از اشتباهاتی که می‌تواند مشتری را نسبت به بازاریاب **فروش تلفنی بیمه** دلسرد کند؛ قطع کردن صحبت مشتری است. فرض کنید مشتری شروع به صحبت کردن کرده است و در حال دادن اطلاعات به بازاریاب است و از دغدغه هایش می‌گوید؛

بازاریاب ناگهان وسط صحبت مشتری بالقوه می‌پرد و وی با بیان یکی از مزیت‌های بیمه می‌گوید که بیمه می‌تواند این دغدغه او را برطرف کند. بلافاصله بعد از این حرکت در مشتری این احساس به وجود می‌آید که فروشنده ارزشی برای مشتری قائل نیست و حتی حوصله شنیدن حرف‌های او را ندارد و تمام تلاش خود را برای فروش محصول و سود خود تجمیع کرده است.

این مکالمه به احتمال زیاد بدون نتیجه به پایان می‌رسد. حال اگر بازاریاب فروش تلفنی بیمه هنگامی که مشتری در حال صحبت کردن است به صحبت‌های او خوب گوش دهد و دغدغه‌های مشتری را یک به یک یادداشت کند و پس از پایان یافتن صحبت‌های مشتری یک به یک به دغدغه‌های او پاسخ دهد؛ به احتمال زیاد نتیجه تماس با موفقیت به پایان می‌رسد.

به عنوان مثال ممکن است یک مشتری که شغل آن پرورش طیور



است با بازاریاب **فروش تلفنی بیمه اموال** از ترس هایش در خصوص مرگ و میر ناگهانی دام و طیور صحبت کند؛ بازاریاب با تمرکز روی این ترس از مشتری، مزیت‌های بیمه اموال را برمی‌شمرد و برای مشتری بیان می‌کند که در صورت از بین رفتن دام و طیور در اثر حوادث طبیعی و غیرطبیعی بیمه تمامی خسارت‌ها را به او می‌پردازد؛

اگر مشتری در این مکالمه اقناع شود که حتی در صورت مرگ و میر ناگهانی طیور دچار ورشکستگی مالی نمی‌شود به خرید بیمه ترغیب می‌شود. بازاریاب می‌تواند برای اعتمادسازی بیشتر مثال‌های واقعی بزند؛ به عنوان مثال می‌تواند بیان کند که فلان شرکت پرورش‌دهنده طیور در اثر از کار افتادگی دام از شرکت بیمه خسارت دریافت کرده است.

۶- تماس بی موقع با مشتری:

-بعضی از بازاریاب‌ها بدون توجه به ساعت روز با مشتریان تماس می‌گیرند. تماس بی موقع باعث می‌شود که مشتری به حرف‌های بازاریاب توجهی نکند و به صورت ناگهانی ممکن است تلفن را نیز قطع کند. بهترین زمان تماس بین ۹ تا ۱۰ صبح و ۵ تا ۶ بعد از ظهر است. برای تماس گرفتن برنامه ریزی کنید و ساعت‌های بین یک تا دو بعد از ظهر به هیچ عنوان تماس نگیرید.

۷- اصرار زیاد به مشتری:



-برخی از بازاریاب‌ها پیگیری کردن را با اصرار زیاد به مشتری اشتباه می‌گیرند. همانطور که نباید پس از یکبار نه شنیدن بیخیال مشتری شد؛ نباید بیش از حد نیز با مشتری تماس گرفت. بعد از سه تا پنج بار تماس با مشتری اگر تماس شما بدون نتیجه ماند و مشتری رغبتی نشان نداد؛

دیگر تماس را پیگیری نکنید و در تماس آخر پس از بیان مزیت‌های محصول و بیان اهدافی که مشتری می‌تواند با خرید بیمه به آنها برسد؛ بیان کنید که منتظر تماس آنها خواهید ماند.



آموزش رایگان بازاریابی تلفنی بیمه فروش تلفنی بیمه بهزاد
استقامت حمایت از مشاغل راه‌مدیران



نکات مهمی که باعث افزایش فروش تلفنی بیمه می‌شود؛ چیست؟

رعایت کردن یک سری از نکات به ظاهر ساده می‌تواند به طور موثری باعث افزایش فروش تلفنی بیمه شود. این نکات از منابع اطلاعاتی علمی موثق که بازاریابی را به صورت علمی بررسی کرده اند؛ استخراج شده است. برخی از این نکات مهم عبارتند از:

۱- توضیح در خصوص چشم انداز بیمه:

یکی از دلایل عمده نخریدن بیمه توسط مشتری‌ها این است که مشتریان هیچ چشم انداز و اطلاعاتی در خصوص بیمه ندارند. بهتر است در ابتدای تماس تلفنی در جمله دوم دلیل تماس بیان شود و در ادامه در خصوص چشم انداز بیمه توضیحاتی ارائه شود.

۲- طرفدار مشتری بودن:

مشتری باید احساس کند که بازاریاب فروش تلفنی بیمه منافع مشتری را تمام و کمال در نظر گرفته است. اگر در مشتری بالقوه این احساس به وجود بیاید؛ احتمال اینکه او به یک مشتری دائم تبدیل شود بسیار زیاد است. برای اینکه نشان دهید طرفدار مشتری



هستید اجازه دهید مشتری از دغدغه‌هایش بگوید. اجازه بدهید مشتری انتقاد کند و انتقادهای او را با رعایت ادب و با طمانینه و به صورت منطقی پاسخ دهید. خیلی جاها حق را به مشتری بدهید و نشان دهید که برای رفع دغدغه‌های مشتری تلاش می‌کنید. برای ایجاد اعتماد سازی مزیت‌های بیمه را با جزئیات بیان کنید. این نکته را در نظر داشته باشید که بازاریابی یک مثلث سه ضلعی است که یک ضلع آن بازاریاب، یک ضلع آن مشتری و ضلع دیگر آن خدمت یا محصول مورد نظر است؛ برای اینکه این مثلث شکل بگیرد باید تمام اضلاع آن کنار یکدیگر قرار بگیرند و بازاریاب مهم‌ترین نقش را در تشکیل این مثلث دارد.

۳- تماس تجاری حرفه‌ای:

برای موفقیت در افزایش فروش تلفنی بیمه، تماس تجاری حرفه‌ای را یاد بگیرید. این نکته را در نظر داشته باشید که در یک تماس تجاری حرفه‌ای گوینده ابتدا به صورت رسمی و کامل خود را معرفی می‌کند و هدف از تماس را بیان می‌کند. بهتر است زمانی که موفق شدید تعامل اولیه را با مخاطب برقرار کنید؛ مقدمه و تاریخچه‌ای از شرکت را بیان کنید.

بیان تاریخچه شرکت به صورت مختصر باعث افزایش حس اعتماد در مشتری بالقوه می‌شود. در یک تماس تجاری حرفه‌ای گوینده اعتماد به نفس کامل دارد و بدون ترس از نه شنیدن و بدون کوچکترین لرزش در صدا صحبت‌های خود را بیان می‌کند. بازاریاب



فروش تلفنی بیمه باید قبل از هر چیز روی اعتماد به نفس خود کار کند.



آموزش رایگان بازاریابی تلفنی بیمه فروش تلفنی بیمه بهزاد
استقامت حمایت از مشاغل راه‌مدیران



تکنیک های لازم برای تعامل با مشتری در فروش تلفنی بیمه

برای اینکه بازاریاب در **فروش تلفنی بیمه** بتواند اصولی عمل کند و با به کار بردن اصول موفق شود؛ باید تکنیک‌ها و استراتژی‌های خاصی را دنبال کند. در این مطلب به مهمترین استراتژی‌های فروش تلفنی بیمه خواهیم پرداخت. برخی از این استراتژی‌های مهم عبارتند از:

۱- به دنبال دلایل انگیزاننده باشید:

افراد برای خرید هر نوع بیمه‌ای باید انگیزه آن را داشته باشند؛ مهمترین وظیفه بازاریاب در **فروش تلفنی بیمه** این است که در مشتری‌های بالقوه ایجاد انگیزه کند. با پرسش از وضعیت فعلی مشتری و کسب اطلاعات از مشتری می‌توان دلایل انگیزاننده را پیدا کرد.

به عنوان مثال اگر مشتری یک تولید کننده است و تجهیزات مکانیکی زیادی در کارگاه خود دارد؛ می‌توان در **فروش تلفنی بیمه اموال** او را ترغیب به خرید بیمه کرد. برای ایجاد انگیزه در مشتری باید اغلب ترس‌های مشتریان را شناسایی کرد؛ مثلاً در همین مثال یکی از ترس‌های تولیدکنندگان و کارخانه‌داران خرابی و از کار افتادن تجهیزات مکانیکی است؛ اگر کارخانه دار بداند که با خرید بیمه اموال می‌تواند خسارات تجهیزات خود را دریافت کند؛ قطعاً بیمه اموال را خریداری می‌کند.



مثلاً بسیاری از افراد از خطراتی مانند آتش سوزی، سیل و زلزله ترس دارند؛ بازاریاب در **فروش تلفنی بیمه آتش سوزی** با تمرکز روی این ترس‌ها و زدن مثال‌های واقعی می‌تواند باعث ایجاد انگیزه برای خرید بیمه در افراد شود. به عنوان مثال بازاریاب در **فروش تلفنی بیمه آتش سوزی** و حوادث طبیعی می‌تواند کسانی را مثال بزند که با خرید این نوع بیمه بعد از زلزله توانستند در زمان کوتاهی خانه‌های خود را بازسازی کنند همانند کسانی که در زلزله کرمانشاه خانه‌هایشان آوار شد و بیمه تمامی هزینه‌های ساخت خانه‌های آنها را تقبل کرد.

امروزه بسیاری از ایرانیان از آینده مبهم ترس دارند و تمام تلاش خود را می‌کنند که فرزندانشان در آینده زندگی راحتی داشته باشند؛ بازاریاب در **فروش تلفنی بیمه کودک** و نوجوان می‌تواند با تمرکز روی این ترس در والدین انگیزه ساختن آینده‌ای روشن را برای فرزندانشان ایجاد کنند.

بسیاری از والدین تمایل دارند که در آینده بتوانند فرزندان خود را به دانشگاه‌های خارج از کشور بفرستند یا سرمایه کافی برای اشتغال آنها را در آینده داشته باشند؛ اگر بازاریاب در **فروش تلفنی بیمه کودک** و نوجوان از تبحر کافی برخوردار باشد؛ با تمرکز روی این موارد می‌تواند انگیزه زیادی در افراد برای خرید این بیمه ایجاد کند.

۲- پررنگ کردن مزیت‌ها:



یک بازاریاب **فروش تلفنی بیمه** توانایی این را دارد که به خوبی بتواند مسائل را تحلیل کند و از طریق تحلیل کردن، مزیت هایی را که کسی به آنها اشاره نکرده است را کشف کند و به مخاطب برساند. به عنوان مثال **بازاریاب فروش تلفنی بیمه** می‌تواند روی این مزیت تمرکز کند که خرید بیمه می‌تواند به صورت قابل توجهی باعث کاهش هزینه‌های اضافی شود.

مثلاً کسی که بیمه عمر خریداری می‌کند با استفاده از پوشش‌های خاصی مانند پوشش های درمانی؛ هزینه درمان بسیاری از بیماری‌ها برای او حذف می‌شود یا کاهش پیدا می‌کند. یا بازاریاب در **فروش تلفنی بیمه بدنه** می‌تواند با توضیح پوشش های اضافی به شنونده این احساس را القا کند که با خرید این بیمه بسیاری از هزینه‌های تعمیرات ماشین کاهش پیدا می‌کند.

۳- تعیین هدف:

بازاریاب فروش تلفنی بیمه می‌تواند به صورت غیر مستقیم با بیان مزیت‌های انواع بیمه برای مشتری بالقوه هدف تعیین کند. بسیاری از مشتریان آگاهی خیلی کمی در خصوص انواع بیمه دارند؛ با افزایش آگاهی نیز می‌توان برای مشتری به صورت غیر مستقیم هدف تعیین کرد.

مثلاً ممکن است خیلی از افراد آرزو داشته باشند که بتوانند زودتر از موعد و با حقوق مناسب بازنشسته شوند؛ خصوصاً افرادی که در مشاغل آزاد فعالیت می‌کنند این آرزو را دارند. بازاریاب در **فروش**



تلفنی بیمه می‌تواند با افزایش آگاهی راهکاری ارائه دهد تا افراد در سن پایین و با حقوق مناسب بازنشسته شوند تا بتوانند به اهداف بعدی خود برسند.

به طور کلی اگر افراد بدانند که قرار است با خرید بیمه آرزوهای آنها تحقق پیدا کند و سطح رفاهی و اجتماعی آنها افزایش پیدا کند؛ قطعاً این کار را خواهند کرد که مهارت بازاریاب در این مورد بسیار تاثیرگذار است.

۴- مدیریت ارتباط با مشتری:

مدیریت ارتباط با مشتری استراتژی دیگری است که بازاریاب **فروش تلفنی بیمه عمر** باید روی این استراتژی انرژی زیادی بگذارد. مدیریت ارتباط با مشتری از طریق یادگیری تکنیک های روانشناسی، آشنایی با انواع تیپ های شخصیتی و تکنیک های متقاعد سازی امکان پذیر می‌شود. مثلاً اگر بازاریاب **فروش تلفنی بیمه** با تیپ های شخصیتی آشنایی داشته باشد؛ می‌داند که تایید شدن حرف‌های او توسط شنونده صرفاً به این معنی نیست که مشتری برای خرید اقناع شده است؛

بلکه می‌تواند نشانه شخصیت مهربان و مودب مشتری باشد که برای بازاریاب ارزش قائل است. گاهی نیز سکوت طولانی مدت مشتری به این معنی نیست که مشتری تمایلی برای شنیدن صحبت‌های بازاریاب ندارد بلکه ممکن است شخصیتی بسیار منطقی باشد که در



حال تفکر برای خرید بیمه است؛ پس بازاریاب در صحبت کردن باید انواع تیپ‌های شخصیتی را بشناسد و انواع احتمالات را برای سکوت و سخن گفتن مخاطب در نظر بگیرد و با توجه به این موارد تماس را پیگیری و مدیریت کند.



آموزش رایگان بازاریابی تلفنی بیمه فروش تلفنی بیمه بهزاد
استقامت حمایت از مشاغل راه مدیران



نتیجه گیری

از طریق راه های مختلف می‌توان برای فروش بیمه اقدام کرد. بازاریابی تلفنی بیمه و **فروش تلفنی بیمه** یکی از روش‌های بازاریابی است که با وجود گسترش شبکه‌های اجتماعی هنوز هم کارایی خود را دارد. با آموزش صحیح نکته ها و تکنیک های بازاریابی می‌توان در فروش تلفنی بیمه موفق عمل کرد. به عنوان مثال آشنایی با بهترین روش‌های تماس سرد، آشنایی با تکنیک‌هایی مانند تکنیک‌های متقاعد سازی، تکنیک‌های فنون مذاکره، تکنیک‌های فن بیان، آگاهی از نکات روانشناختی و روانشناسی مانند آشنایی با انواع تیپ‌های مشتری می‌تواند به موفقیت بازاریاب در این امر کمک کند. بازاریاب برای اینکه موفق باشد می‌تواند دلایل انگیزاننده خرید بیمه را از طریق جمع آوری اطلاعات جمع آوری کند و با تمرکز روی آنها انگیزه خرید در مشتری ایجاد کند. عواملی که باعث کاهش ترس و استرس می‌شوند از طریق شناخت ترس ها، عواملی که باعث صرفه جویی در وقت و هزینه می‌شوند؛ عواملی که باعث تحقق آرزوهای فرد می‌شوند و به طور کلی عواملی که باعث سود رساندن به مشتری می‌شوند؛ می‌توانند در لیست ایجاد انگیزش خرید بیمه قرار بگیرند. **موسسه راه مدیران** در کنار نمایندگان بیمه، بیمه‌گذاران و بازاریابان بین قرار دارد تا با آموزش اصولی به آنها باعث موفقیت‌های بزرگ مالی برای آنها شود. در آخر باید بدانید که هر چقدر در مسیر بازاریابی حرفه‌ای هستید باز هم به آموختن نیاز دارید. آموزش





برای دریافت فیلم آموزشی فیلم آموزشی تکنیک‌های فروش
تلفنی بیمه رو عکس کلیک کنید

دوره تکنیک‌های فروش تلفنی بیمه

منابع:

[https://www.telephonelists.biz/blog/insurance-cold-calling
/scripts](https://www.telephonelists.biz/blog/insurance-cold-calling-scripts)

[https://learn.everquote.com/tips-for-selling-insurance-ove
r-the-phone](https://learn.everquote.com/tips-for-selling-insurance-over-the-phone)

[https://www.mintpro.in/articles/5-tips-for-how-to-sell-insu
rance-over-the-phone](https://www.mintpro.in/articles/5-tips-for-how-to-sell-insurance-over-the-phone)

[https://www.insuranceproshop.com/critical-strategies-sell
ing-life-insurance](https://www.insuranceproshop.com/critical-strategies-selling-life-insurance)

همچنین می‌توانید از طریق سایت **راه‌مدیران** و یا شماره تماس
۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳ در ارتباط باشید و یا از طریق **خدمات مشاوره** با پر
کردن فرم مشاوره در انتهای صفحه منتظر تماس کارشناسان ما
باشید.