



در این مقاله قصد دارم تا شما را با یکی از معجزات متقاعدسازی مشتری به خرید بیمه عمر آشنا کنم. معجزه‌ای به نام: «توصیه‌نامه»

اما قبل از اینکه بگویم توصیه‌نامه دقیقاً چیست و چگونه باید از آن برای متقاعدسازی مشتریان بالقوه استفاده کنید باید شما را با مفهوم اثبات‌های اجتماعی آشنا کنم. **نظریه‌ی اثبات‌های اجتماعی** می‌گوید وقتی انسان ببیند که اشخاصی همانند خودش (از نظر شغل یا تحصیلات یا محل زندگی یا سطح فرهنگ و...) کار خاصی را که او تاکنون انجام نداده است را انجام می‌دهند، بسیار آسان‌تر به انجام آن کار خاص ترغیب می‌شود.

به زبان ساده، اثبات‌های اجتماعی می‌گوید مردم برای انجام برخی کارها، صرفاً به یکدیگر نگاه می‌کنند و با الگو قرار دادن اکثریت، آن کار را به همانگونه انجام می‌دهند. زمانی هم که از فردی بپرسید که مثلاً چرا فلان کار را انجام می‌دهد، یک پاسخ بیشتر ندارد: «چون بقیه هم همین کار را به همین شکل انجام می‌دهند.»

اجازه دهید تا با ذکر دو مثال واقعی، قضیه را روشن تر سازم. دوستانی که در تهران زندگی می‌کنند احتمالاً بارها و بارها به دلایل مختلفی نظیر فرار از ترافیک و طرح زوج و فرد و... با مترو

جابجا شده‌اند. یک روز زمانی که قصد خروج از ایستگاه مترو را داشتیم خیلی اتفاقی متوجه صحنه ای عجیب شدم که نمادی از تئوری اثبات های اجتماعی بود.

وقتی که می خواهید سوار مترو شوید باید با وارد کردن بلیط خود در زبانه مخصوصی، از گیت (Gate) ورودی عبور کنید. در این بین، عده‌ای دارای بلیط‌های اعتباری هستند که می‌توانند آن را بارها و بارها شارژ کنند و عده‌ای نیز بلیط‌های کاغذی یکبار مصرف می‌خرند. با این تفاوت که کسانی که کارت بلیط اعتباری دارند، باید زمان خروج از ایستگاه نیز کارت بلیط اعتباری خود را وارد کنند. در غیر اینصورت به جای کسر هزینه‌ی یک سفر، هزینه‌ی کل ایستگاهها از بلیط اعتباریشان کسر می‌شود.

نکته بسیار جالب این است که برای کسانی که بلیط کاغذی یکبار مصرف دارند، در گیت خروجی، اصلاً نیازی به وارد کردن بلیط نیست و برخلاف گیت ورودی که فقط با وارد کردن بلیط باز می‌شود، گیت خروجی، برای همه مردم، خودبه خود با نزدیک شدن شما به دروازه گیت با چشم الکترونیکی، گشوده می‌شود. حال کسانی که بلیط اعتباری دارند فقط به دلیل عدم کسر هزینه تمام ایستگاهها، همزمان با باز شدن دروازه گیت، کارت بلیط خود را نیز وارد می‌کنند.

جالب است بدانید تقریباً ۸۰ درصد کسانی که بلیط‌های یکبار مصرف کاغذی می‌خرند، پس از ورود به ایستگاه، بلیط خود را در جیبشان نگه می‌دارند. چون بر این باورند که گیت خروجی هم به مانند گیت ورودی، فقط با وارد کردن بلیط باز خواهد شد! به عبارت دیگر آنها حتی یکبار در تمام این سالها، امتحان نکرده‌اند که اصلاً آیا نیازی به وارد کردن بلیط برای خروج از ایستگاه مترو هست یا نه!

اما پرسش کلیدی این است که چرا...!؟

پاسخ ساده است؛ آنها با مشاهده سایر مسافرانی که بلیط‌های اعتباری یا بلیط‌های کاغذی یکبار مصرف را در گیت خروجی وارد می‌کنند به این قطعیت رسیده‌اند که راه خروج، وارد کردن

بلیطی است که درحقیقت، پس از یکبار استفاده در گیت ورودی، حالا فقط یک تکه کاغذ بی مصرف است.

وقتی از چند نفرشان پرسیدم که چرا موقع خروج هم، بلیط می زنند با این پاسخ مواجه شدم: «گویا متوجه نیستید! چون گیت خروج هم به مانند گیت ورود، فقط با بلیط باز می شود»

و وقتی برایشان توضیح دادم که اینطور نیست، حتی حاضر نشدند امتحان کنند و گفتند: «نه! اگر درست نگاه کنی می بینی که همه مردم موقع خروج بلیط می زنند. دلیلش هم این است که گیت خروجی مانند گیت ورودی فقط با بلیط باز می شود.»

گویی که مسخ شده باشند و گوشها و چشمهایشان را بسته باشند پاسخ می دادند. اما آنچه آنها را اینگونه مسخ و کور و کر کرده به واقع چیست؟

قدرت بلامنازع اثباتهای اجتماعی:

این قدرت بلامنازع اثباتهای اجتماعی است. وقتی بقیه مردم، کار خاصی را انجام می دهند، سایرین با مشاهده آنان، بدون کوچکترین قضاوت و تفکری، آن کار خاص را به همان شکل خاص انجام می دهند.

من مثال دوم را مرتبط با صنعت بیمه انتخاب کرده‌ام. فکر می کنید چرا اکثریت مردم، بیمه تأمین اجتماعی دارند؟ و حتی حق بیمه آن را اگر شده از زیر سنگ هم جور می کنند؛ ولی نمی گذارند پرداختهایشان عقب بیفتد؟!

البته من شخصاً قبول دارم که بیمه تأمین اجتماعی در مواردی خوب است. اغلب مردم و خود من نیز سالهاست که حق بیمه تأمین اجتماعی می پردازیم و در هر سال فقط ۲ تا ۳ برگ از دفترچه‌ام، آن هم برای بیماریهایی نظیر سرماخوردگی استفاده می شود.

اما فشار واقعی، روزی به من آمد که برای درمان دیسک کمر، جهت عکسبرداری MRI به یک مرکز تخصصی پزشکی مراجعه کردم و وقتی تفاوت نرخ با دفترچه و بی دفترچه را جویا شدم گفتند: «با دفترچه ۱۵۳ هزار تومان؛ بدون دفترچه ۱۸۱ هزار تومان!»

والله ای خدای من! یعنی فقط ۲۸ هزار تومان؟ یعنی من هر ماه بیش از ۱۲۰ هزار تومان حق بیمه رد می‌کنم برای اینکه سالی شود شنبه به نوروژ که MRI لازم داشته باشم و آنگاه فقط ۲۸ هزار تومان به نفع من باشد؟ (چون نمی‌توانستم رانندگی کنم، ۱۰۰ هزار تومان، همان روز بابت آژانس هزینه کردم تا ۲۸ هزار تومان تخفیف بگیرم)

زمانی که در نوبت نشسته بودم یک حساب سر انگشتی انجام دادم و به این نتیجه رسیدم که در طول ۱۱ سال گذشته، چیزی در حدود ۱۰ میلیون تومان حق بیمه تأمین اجتماعی داده بودم و در مقابل، در این ۱۱ سال، چیزی در حدود ۲۰۰ یا ۳۰۰ هزار تومان به نفعم کار شده بود؛ از این بهتر نمی‌شد.

البته پیشاپیش این را هم بگویم که می‌دانم بیمه تأمین اجتماعی برای برخی اقشار مردم چقدر حائز اهمیت است و بود و نبودش چقدر می‌تواند سرنوشت ساز باشد. اما الآن دارم در مورد اقشاری مثل خودم و در سطح و شرایط خودم صحبت می‌کنم. کسانی که میلیون میلیون حق بیمه تأمین اجتماعی پرداخته‌اند که به وقتش در زمان بیماری، به نفعشان باشد، ولی داستان MRI من برای شان پیش می‌آید.

منظور من در اینجا چیز دیگری است و اصلاً قصد مقایسه و قضاوت درباره ماهیت بیمه تأمین اجتماعی نیست. بلکه این نکته را دنبال می‌کنم که چرا مردم حتی لحظه ای هم درنگ نمی‌کنند تا ببینند که آیا گزینه دیگری به جای (یا مکمل) بیمه تأمین اجتماعی وجود دارد که ۳۰ سال دیگر بتوانند حقوق بازنشستگی مادام العمر دریافت کنند؟ اینکه چرا مردم لحظه‌ای هم

درنگ نمی‌کنند تا ببینند که آیا گزینه دیگری هم وجود دارد که هزینه درمان بیماریهای صعب‌العلاجی که بیمه تأمین اجتماعی پوشش نمی‌دهد را بپردازد؟

اینکه چرا مردم لحظه‌ای هم درنگ نمی‌کنند تا ببینند که اگر فوت کنند خانواده‌شان تنها در صورتی می‌تواند در همان سطح رفاه زمان حیات نان‌آور خود ادامه زندگی دهد که حداقل ۶۰ تا ۷۰ درصد درآمدشان حفظ شود و برای کسانی که مشاغل آزاد دارند بیمه تأمین اجتماعی حتی ۱۰ درصد درآمد متوفی را به بازماندگانش نمی‌پردازد؟ ولی نمی‌دانند که راه حلی هم برای این مشکل وجود دارد.

می‌دانید اگر از مردمی که این روزها حق بیمه تأمین اجتماعی شان را با صعوبت و سختی می‌پردازند و برخی از آنها حتی از نان شبشان می‌زنند که مبادا بیمه تأمین اجتماعی شان عقب بیفتد بپرسید که روز اول چرا بیمه تأمین اجتماعی را انتخاب کردند با این پاسخ مواجه می‌شوید: «یعنی چه؟! خب معلوم است. همه مردم، بیمه تأمین اجتماعی دارند. آنوقت شما تازه می‌پرسی چرا...؟!»

یعنی دلیلی بزرگتر از اینکه چون همه مردم، بیمه تأمین اجتماعی دارند، من هم باید داشته باشم وجود دارد؟ البته که نه! این قدرت اثباتهای اجتماعی است. قدرتی که ۹۵ درصد نمایندگان بیمه از مواهب آن بی‌بهره مانده‌اند! چرا؟ چون ابزار عملی کردن اثبات اجتماعی را ندارند. می‌پرسید ابزارش چیست؟ پاسخ این است:

توصیه‌نامه

بله! توصیه‌نامه. و راه استفاده از این ابزار این است که هرگز بیمه‌گذاری که از شما بیمه عمر خریداری نموده را بدون اخذ توصیه‌نامه رها نکنید؛ هرگز!

توصیه‌نامه چیست؟

توصیه‌نامه متن کوتاهی است که در آن، بیمه‌گذار شما به ۴ سؤال زیر در چند سطر، پاسخ داده باشد:

1. آقای/خانم مشتری، چرا بیمه عمر خریدید؟
2. چرا این بیمه نامه را از شرکت بیمه XYZ خریدید؟
3. چرا این بیمه نامه را از نمایندگی من خریدید؟ (دلیل اعتمادش به شخص شما را بازگو نماید)
4. قبل از آشنایی با من، درباره بیمه عمر چه فکری می کردید و چرا آن را در گذشته نخریده بودید؟ (چه مانع ذهنی نسبت به خرید بیمه عمر در ذهنش داشته و چگونه آن مانع توسط شخص شما برای وی رفع شد؟)

به پاسخهایی که مشتری به این ۴ سؤال می‌دهد می‌گوییم متن توصیه‌نامه! در ادامه، به جدیدترین نمونه‌ای که خود من چند روز پیش از یک بیمه‌گذار جدید گرفتم توجه کنید:

سلام. از اینکه افتخار پیدا کردم تا من هم در این دفتر ارزشمند چند سطری درباره بیمه عمرم بنویسم خوشحالم. آنچه باعث شد تا بالآخره تصمیم به خرید بیمه عمر بگیرم این بود که هفته پیش، خبر سقوط هواپیمای مسافربری طبرس را شنیدم و چون در هفته، حداقل یکبار به خاطر شغلم که تعمیر و حفظ شبکه های اینترنت یک شرکت بزرگ است با هواپیما سفر می کنم پشتم لرزید که اگر روزی این اتفاق برای من بیفتد تکلیف زن و ۲ بچه ام چه می شود. ضمن اینکه همیشه به دنبال این بودم که روزی بالآخره به ثروتی که در نظر دارم دست یابم.

اما اصلی‌ترین دلیل آن که این بیمه را از شرکت XYZ خریدم امتیاز سپرده گذاری در کنار بیمه عمر بود که آقای عسگری آن را خیلی شفاف و واضح برایم توضیح دادند. بنابراین چون هدفم دستیابی به ۵ میلیارد پول نقد در یک بازه ۱۰ تا ۱۵ ساله بود، تصمیم گرفتم بخش قابل توجهی از پس انداز بانکی ام را در بیمه عمر سپرده گذاری کنم تا به جای ۳۰ سال، در ۱۷ سال به این مبلغ برسم.

البته قبلاً نیز نمایندگان از همین شرکت XYZ و سایر شرکتهای بیمه من را ویزیت کرده بودند. اما شخصاً احساس بهتری نسبت به آقای عسگری پیدا کردم که دلیلش از نظر من تسلط بالای ایشان روی بیمه عمر و صداقت در گفتارشان بود. ضمن اینکه بسیار وقت شناس هستند و از اینکه برای وقت مشتری بیش از هرچیز دیگری ارزش قائلند بسیار لذت بردم.

همواره تصورم از بیمه عمر این بود که در صورت فوت من مبلغ نه چندان زیادی به خانواده ام پرداخت می‌شود. به همین دلیل اصلاً برایم جذابیتی نداشت. اما وقتی نامه آقای عسگری را دریافت کردم متوجه شدم که درباره بیمه عمر اشتباه می‌کرده‌ام. بعد از ملاقات با ایشان هم دلایل بیشتری برای خرید فوری این بیمه یافتم که جای هرگونه شک و شبهه ای را برای من باقی نگذاشت.

لذا به تمام کسانی که این یادداشت را می‌خوانند توصیه می‌کنم حداقل ۳۰ دقیقه از وقتشان را در اختیار آقای عسگری قرار دهند تا ۳۰ سال آینده را در آرامش کامل زندگی کنند.

باتشکر

احمدرضا کعبی

مدیر IT و شبکه شرکت XYZ

خب! این فقط یکی از 1022 توصیه‌نامه‌ی مکتوبی است که طی سه سال گذشته، شخصاً از بیمه‌گذارانم دریافت کرده‌ام. این توصیه‌نامه‌ها در 2 دفترچه نفیس نوشته و بایگانی شده‌اند. در

هر دفتر حدود 500 توصیه‌نامه شبیه توصیه‌نامه‌ی فوق با 500 دست خط منحصر به فرد و 500 امضای منحصر به فرد و 500 نام و نام خانوادگی منحصر به فرد درج شده است.

حال تصور کنید وقتی یکی از این دفترچه‌ها را به دست مشتری بالقوه می‌دهید چه اتفاقی در ذهن ناخودآگاه وی رخ خواهد داد؟!

500 نفر مثل او که همگی آنها حالا بیمه عمر دارند و همگی از این انتخاب و خرید خود، نهایت رضایت را دارند. این دفاتر توصیه‌نامه، نمود عینی اثبات‌های اجتماعی برای مشتریان بالقوه و البته «بدبین» امروزی است و حکم تیر آخر ترکش را درست در زمانی که مشتری در لحظه‌ی تصمیم‌گیری نهایی قرار گرفته و هنوز دو دل است را برای شما خواهد داشت.

کافیست یکبار از این روش در جریان فروشهای خود بهره ببرید تا ببینید که معجزه‌ی توصیه‌نامه‌ها، چگونه در حکم آبی بر روی آتش شک و تردید و دودلی مشتریان امروزی عمل خواهد کرد.

هرگز از یاد نبرید که انسان به مقداری که پیش‌داوری را کنار می‌گذارد، امکان رسیدن به حقیقت را برای خود فراهم می‌سازد. پس پیش‌داوری را کنار بگذارید و از همین فردا هر فروش خود را با اخذ یک توصیه‌نامه همراه سازید تا معجزه‌ی این ابزار و اهرم قدرتمند در متقاعدسازی مشتری به خرید بیمه عمر را ببینید...

بیمه‌گر و توانگر باشید...