

# SPIN

تاکنون بارها در همایشها، سمینارها و کارگاههای آموزشی بیمه‌مارکتینگ، نمایندگان و فروشندگان، این سؤال را از من پرسیده‌اند که بهترین راهکار افزایش سریع و آنی فروش در بیمه‌های عمر چیست؟! پاسخ همیشگی من به این نمایندگان و فروشندگان این بوده که: «هر مقدار فروشی که تا این لحظه در بیمه به آن دست یافته‌اید صرفاً حاصل نقاط قوت شما در فروشندگی و بازاریابی است و هرآنچه که مانع از افزایش مقدار فروش فعلی شما گردیده است صرفاً حاصل نقاط ضعف شما در فروشندگی و بازاریابی بیمه‌های عمر است.»

وقتی این پاسخ را به نمایندگان و فروشندگان می‌دهم معمولاً با این واکنش از سوی آنها مواجه می‌شوم: «خب! این درست. اما من از کجا باید بدانم که نقاط ضعف و نقاط قوت من در فروشندگی، چه چیزهایی هستند؟»

وقتی با این جمله از سوی یک نماینده یا فروشنده مواجه می‌شویم، تنها یک نتیجه حاصل می‌شود و آن اینکه این نماینده یا فروشنده، حتی نمی‌داند در کدام بخش از فروش، دچار ضعف است. به عبارت دیگر، وی نمی‌داند که چه چیزی را نمی‌داند! و این مصداق همان مثل معروف است که می‌گوید:

## «آنکس که نداند و نداند که نداند، در جهل مرکب، ابدالدهر بماند!»

بنابراین در این مقاله سعی دارم تا نه تنها به این سؤال اساسی که نقاط ضعف و قدرت شما در فروشنده‌گی بیمه‌های عمر کدامها هستند، پاسخ دهم بلکه راهکاری عملی در اختیار شما بگذارم تا به واسطه آن بتوانید به سرعت بر میزان فروشهای خودتان بیفزایید.

من در حال حاضر علاوه بر فعالیت در حوزه آموزش فروش بیمه‌های عمر، به عنوان مربی فروش (Coach) در 22 نمایندگی بیمه نیز فعالیت می‌کنم. هنگامی که شما مربیگری فروش را تقبل می‌کنید، دیگر نمی‌توانید صرفاً به ارائه راهکارهای نظری و تعاریف بازاریابی بسنده کنید و الزاماً می‌بایست به صورت 100 درصد عملی، سگان فروش یک نمایندگی بیمه را به دست بگیرید.

این درست مثل کسی است که اصول کشتیرانی و جهت‌یابی در اقیانوس را فقط در دانشگاه و کتابهای دانشگاهی مطالعه کرده است؛ در مقابل کسی که در مقام کاپیتان یک کشتی اقیانوس‌پیما، عملاً سگان هدایت کشتی برای گذر از طوفانها و خطرات اقیانوس و رساندن کشتی به مقصدی امن را در دست گرفته باشد.

لذا در این مقاله می‌خواهم یکی از روشهای کاملاً عملی برای افزایش فروش بیمه‌های عمر در نمایندگی شما را در اختیارتان قرار دهم. با این تفاوت که در آن 22 نمایندگی، من شخصاً بر عملی شدن این روش و به کار بسته شدن آن، نظارت مستقیم دارم. اما کسی جز شما پس از خواندن این مقاله، مسئول به کار بستن این روش که طی 11 سال گذشته به عناوین مختلف، آزمون خود را در بازار و صنعت بیمه این کشور پس داده است نمی‌باشد. پس لطفاً در به کار بستن این روش، کوشا و جدی و پیگیر باشید.

## معرفی مدل جهانی AIDA در فروش بیمه‌های عمر:

همانگونه که در ابتدا گفتم برای افزایش فروش بیمه‌های عمر در نمایندگی خودتان، نیازمند این هستید تا ابتدا، نقاط قوت و نقاط ضعفتان در فروشندگی را پیدا کنید. این مقاله نیز صرفاً به همین یک هدف، نوشته شده است و من قصد دیگری از نوشتن این مقاله ندارم. برای شناسایی صحیح نقاط ضعف و قوت خودتان در فروشندگی بیمه‌های عمر می‌بایست با مفهومی با عنوان «چرخ فروشندگی» در بیمه‌های عمر که توسط من در مجموعه بیمه‌مارکتینگ ابداع و اجرا گردیده است آشنا شوید.

قبلاً یک کتاب الکترونیکی رایگان در وبسایت آموزشی بیمه‌مارکتینگ منتشر نموده‌ام با عنوان «رمز فروشندگی بیمه‌های عمر در ایران» که توصیه می‌کنم حتماً این کتاب را با دقت مطالعه کنید. مدل AIDA به زبان ساده می‌گوید زمانی که شما روبروی یک مشتری جدید نشستید و گفتید «سلام!»، از این لحظه به بعد، باید 4 مرحله‌ی اصلی را به ترتیب زیر طی کنید تا موفق به فروش بیمه‌نامه‌ی پیشنهادی خودتان به آن مشتری شوید. این 4 مرحله به ترتیب عبارتند از:

### 1. Attention به معنای جلب توجه مشتری

### 2. Interest به معنای ایجاد علاقه در مشتری

### 3. Decision به معنای کمک به مشتری برای تصمیم‌گیری

### 4. Action به معنای بستن و قطعی کردن فروش

بعد از اینکه مدت‌ها با این مدل 4 مرحله‌ای در فروش بیمه‌های عمر کلنچار رفتیم به این نتیجه رسیدیم که این 4 مرحله به تنهایی، گویای آنچه برای مدیریت صحیح و جامع جلسه‌ی ملاقات فروش با مشتری لازم است، نمی‌باشد و به همین دلیل شروع کردم به آزمون و خطا برای بسط

و توسعه دادن مراحل این مدل. درنهایت پس از 3 سال تلاش، به این نتیجه رسیدم که یک نماینده برای موفقیت در فروش بیمه عمر، به 8 مهارت کلیدی و تعیین‌کننده نیاز دارد.

## تبدیل مدل AIDA به مدل 8 مرحله‌ای

به بیان ساده، کاری که من انجام دادم این بود که چهار مرحله‌ی موجود در مدل AIDA را بسط دادم و جمعاً به هشت مهارت کلیدی رسیدم که در ترکیب با یکدیگر، تمام آنچه یک نماینده یا فروشنده بیمه امروزی برای موفقیت به آن نیاز دارد را در اختیار وی قرار می‌دهد. این هشت مهارت کلیدی به ترتیب عبارتند از:

**مهارت 1: جلب توجه مشتری**

**مهارت 2: جلب اعتماد مشتری**

**مهارت 3: کشف نیاز مشتری**

**مهارت 4: تبدیل نیاز مشتری به خواسته**

**مهارت 5: ارائه بیمه عمر به عنوان ابزار برآورنده‌ی خواسته مشتری**

**مهارت 6: غلبه بر بهانه‌ها و اعتراضات مشتری**

**مهارت 7: بستن و نهایی کردن فروش**

**مهارت 8: بیش فروشی - جمع‌فروشی - اخذ مشتری ارجاعی - اخذ**

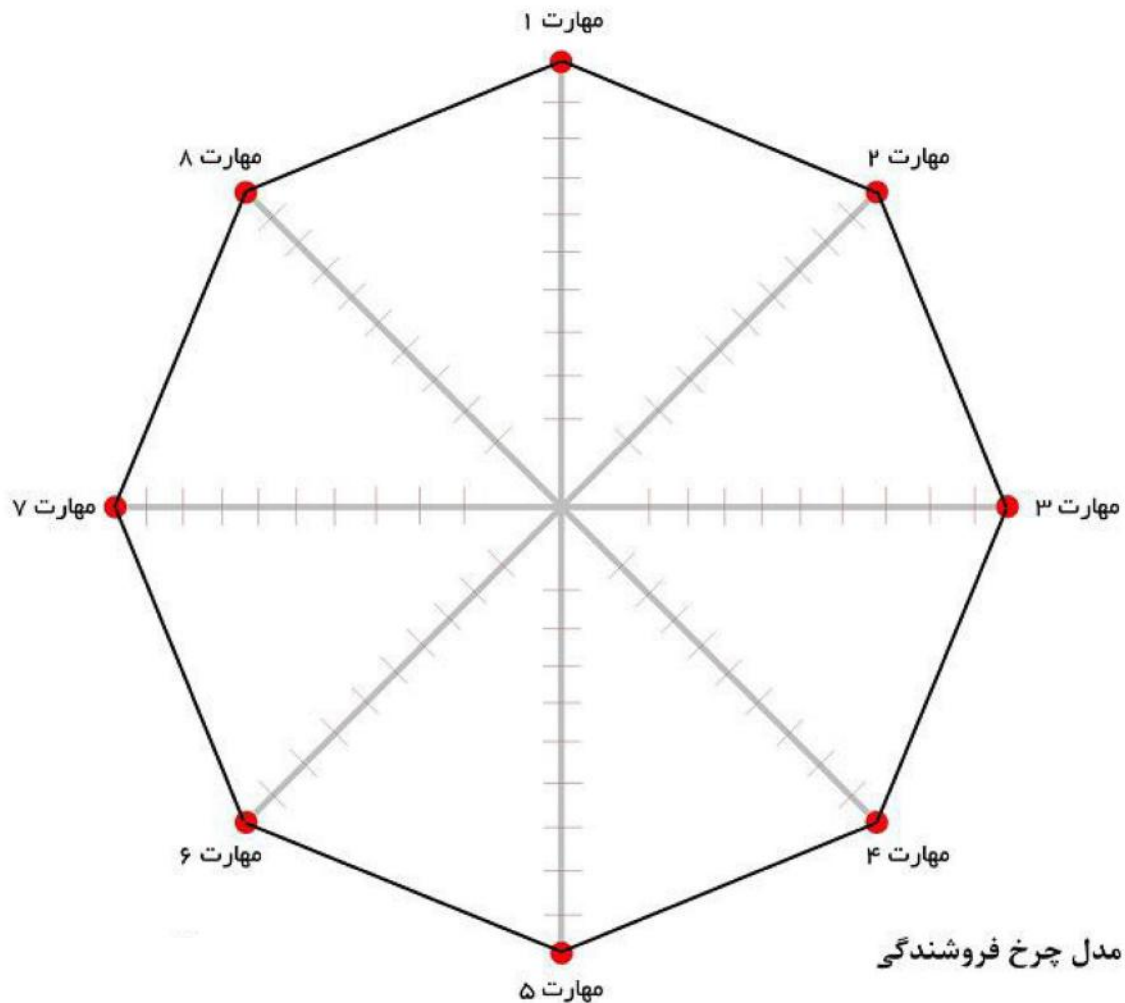
**توصیه‌نامه‌ی مکتوب**

البته انجام هر یک از این 8 مهارت، به تنهایی نیازمند دهها ساعت آموزش و صدها ساعت عمل کردن به آن آموزه‌ها در سطح بازار است تا به مرحله‌ی مَسْتَرِینگ و اُستادی دست یابید. بدیهی است که اصلاً هدف از این مقاله، رساندن شما به چنین سطحی از تسلط بر روی 8 مهارت فوق نیست. من تمام این 8 مهارت جمعاً در دو دوره‌ی آموزشی 80 ساعته باعنوان «دوره جامع آموزش بازاریابی بیمه‌های عمر» و «دوره مَسْتَرِ کلاس اصول و فنون مذاکره حرفه‌ای در فروش بیمه‌های عمر» به نمایندگان و شرکتهای بیمه آموزش می‌دهم.

اما هدف از نوشتن این مقاله صرفاً ارائه راهکاری برای شناسایی نقاط ضعف و قوت شما در فروش بیمه عمر است و نه آموزش تکنیکهای فروش بیمه عمر.

به عبارت دیگر، بحث اصلی ما در این مقاله ارتباطی با نحوه انجام هر یک از مراحل هشتگانه فوق ندارد. بلکه بحث بر سر این است که اگر فرض بر این باشد که شما این 80 ساعت آموزش را سپری کرده باشید، از این لحظه به بعد برای افزایش سیستماتیک و دائمی فروش‌هایتان، باید چه کاری انجام دهید؟

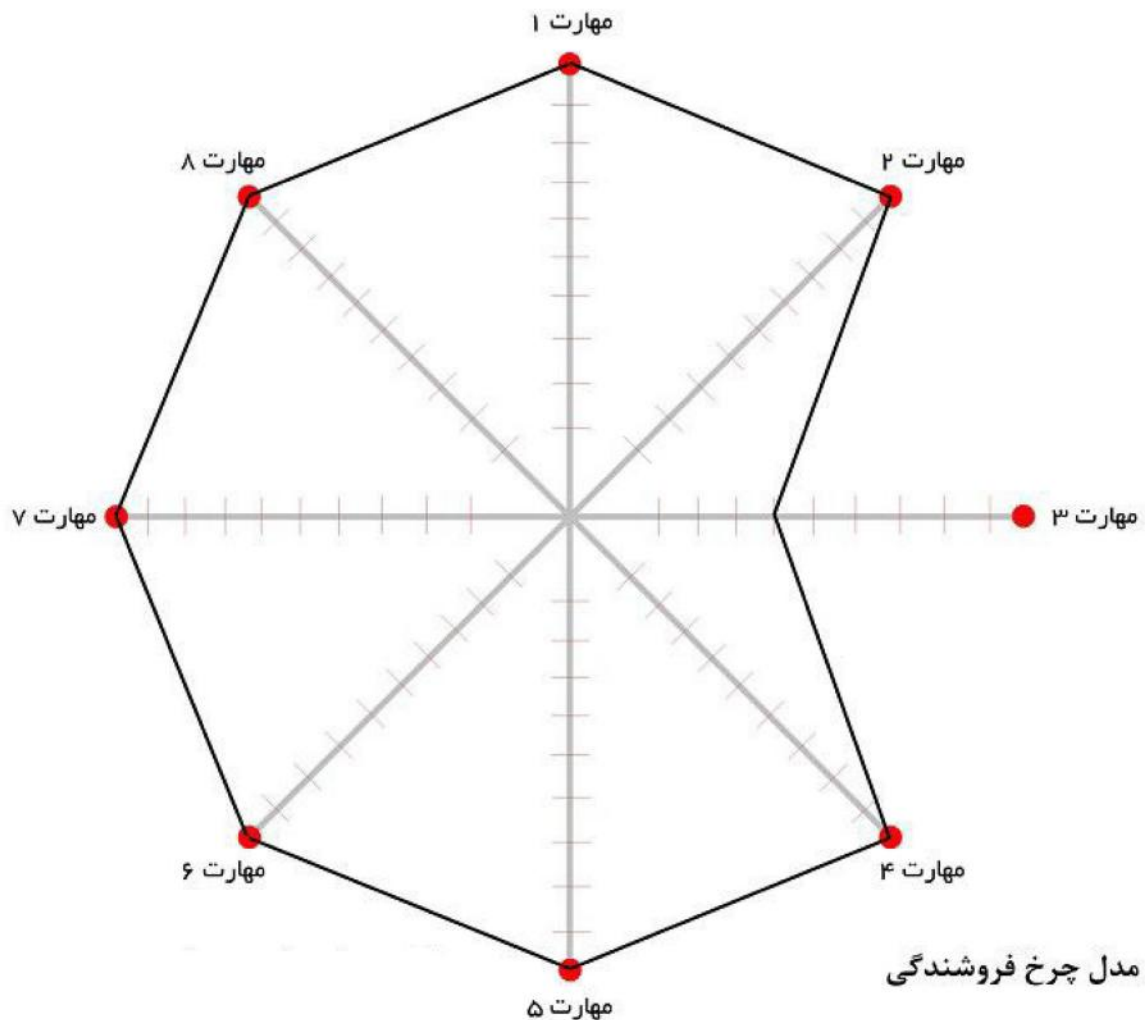
بر پایه همین 8 مهارت بود که من یک مدل مفهومی خلق کردم به نام «چرخ فروشندگی بیمه‌های عمر» که به زبان ساده، هر کدام از 8 مهارت فوق را مطابق با شکل زیر، بر روی یکی از رئوس یک هشتضلعی منظم و متقارن قرار دادم:



همانگونه که مشاهده می‌کنید تنها در صورتی قادر به چرخاندن این هشت ضلعی خواهید بود که نظم فعلی رئوس آن بر هم نخورده باشد. و این مهم، زمانی برقرار خواهد بود که شما هر 8 مهارت چرخ فروشندگی را به طور صحیح، مسلط و کامل در جلسات فروش خودتان در حضور مشتری اجرا کنید؛ به گونه‌ای که نتوانیم هیچگونه ایرادی به عملکرد شما در جریان مذاکره‌تان با مشتری وارد کنیم.

اما بیا فرض کنیم که مثلاً شما از بین 8 مهارت فوق، در مورد مهارت سوم یعنی کشف نیاز مشتری، عملکردی ضعیف از خودتان به نمایش می‌گذارید و فاقد توانایی لازم برای کشف نیازهای

واقعی مشتری نسبت به بیمه عمر هستید. اینجاست که اگر بخواهیم چرخ فروشنده شما را رسم کنیم با شکلی شبیه به این، مواجه خواهیم شد:



بدین ترتیب وقتی شروع به چرخاندن «چرخ فروشنده» شما کنیم، مشاهده خواهیم کرد که وقتی به رأس شماره 3 می‌رسیم، چرخ شما متوقف شده و قادر به هل دادن و چرخاندن آن نخواهید بود مگر با صرف زمان و انرژی بسیار بیشتری نسبت به آنچه در توان دارید! اینگونه است که وقتی رقم چک کارمزد ماهیانه‌ی خودتان را مشاهده می‌کنید، یأس و ناامیدی، تمام

وجودتان را فراموش می‌گیرد؛ زیرا رقم مندرج در چک حتی پاسخگوی اجاره‌بهای دفتر نمایندگی شما هم نخواهد بود چه برسد به برآوردن تمام آن آرزوها و رؤیاهایی که در بدو ورودتان به صنعت بیمه در سر می‌پرورانید.

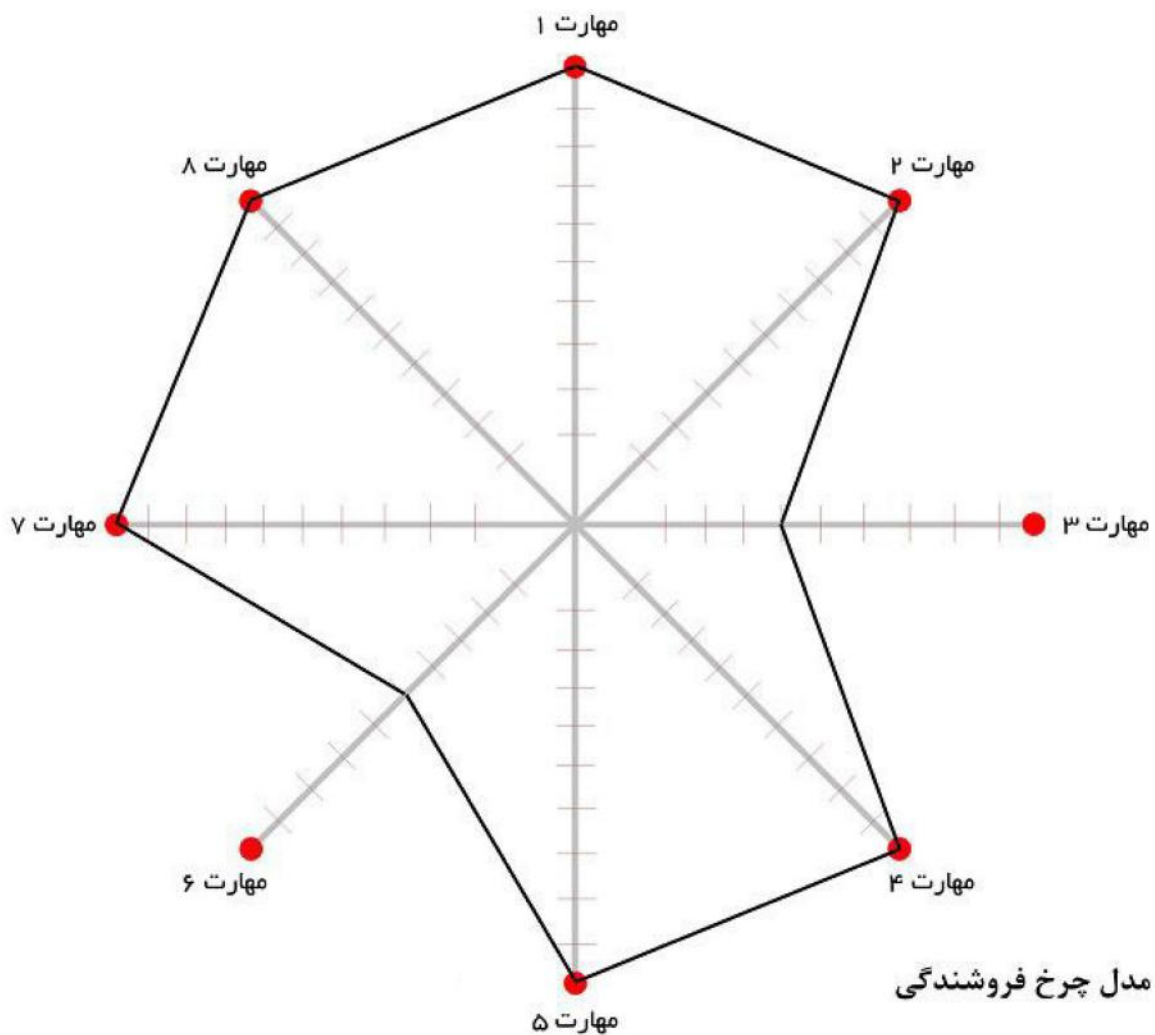
اما خبر خوب این است که وقتی بدانید نقطه ضعف و ایراد شما در کار فروشندگی چیست یا به عبارت دیگر وقتی بدانید که چه چیزی را نمی‌دانید، آنگاه این مثل، شامل حال شما خواهد بود:

## «آنکس که نداند و بداند که نداند؛ لنگ‌لنگان، خرک خویش به منزل

### برساند»

ذکر یک نکته‌ی مهم در اینجا الزامی است و آن اینکه یک نماینده یا فروشنده بیمه، ممکن است در آن واحد در دو یا چند مورد از مجموع 8 مهارت فوق، دچار لنگی و مشکل در فروش باشد. به‌طور مثال، یک نماینده، در مهارت‌های 3 و 6 (یعنی مهارت کشف نیاز مشتری و مهارت غلبه بر بهانه‌های مشتری) دچار ضعف می‌باشد که همین دو نقطه ضعف، ادامه‌ی کار برای وی را مشکل خواهد کرد. در شکل زیر، وضعیت چرخ فروشندگی این نماینده را ملاحظه می‌کنید:





بدیهی است که وقتی چرخ فروشندگی شما به شکل فوق درآید، چرخاندن آن تقریباً ممکن نخواهد بود و طبیعتاً کارمزدی هم نصیب شما نخواهد شد. اما در ادامه‌ی این مقاله، روش استفاده‌ی صحیح از چرخ فروشندگی بیمه‌های عمر در راستای شناسایی نقاط ضعف و قدرت شما در فروش را خواهید آموخت.

## روش استفاده از چرخ فروشندگی بیمه عمر:

چنانچه دقت کرده باشید بر روی محورهایی که درون هشت ضلعی قرار گرفته‌اند، درجه‌بندی‌هایی از 1 تا 10 ایجاد شده است. به‌طور مثال به محور عمودی بالا که مربوط به مهارت شماره 1 (مهارت جلب توجه مشتری) است توجه کنید. در چرخ فروش فوق، ملاحظه می‌کنید که میزان مهارت نماینده‌ی مذکور، در زمینه‌ی تکنیکها و روشهای جلب توجه مشتری از 10 برابر با 10 است. یعنی این نماینده، تمامی مهارتهای لازم برای جلب توجه مشتری در آغاز یک جلسه‌ی ملاقات فروش را دارد.

اما حالا به محور افقی سمت راست که مربوط به مهارت شماره 3 (مهارت کشف نیازهای مشتری) است توجه کنید. مشاهده خواهید کرد که این نماینده از مجموع 10 امتیاز این مهارت، فقط 4 امتیاز کسب کرده که نشان‌دهنده‌ی مهارت کمتر از حد متوسط این نماینده در کشف نیازهای مشتری در طول جلسه‌ی ملاقات فروش است.

یا مثلاً مهارت شماره 6 (غلبه بر بهانه‌های مشتری) که این نماینده از مجموع 10 امتیاز، در این مهارت فقط 5 امتیاز کسب نموده است.

کاری که شما باید در مورد خودتان انجام دهید این است که به هرکدام از 8 مهارت زیر از 1 تا 10 به خودتان امتیاز بدهید. امتیاز 1 یعنی فاقد کمترین تسلط ممکن درباره‌ی آن مهارت و امتیاز 10 یعنی تسلطی در سطح یک استاد بزرگ فروش بر روی آن مهارت دارید. اگر آماده هستید، شروع کنید:

**مهارت شماره 1: جلب توجه مشتری: امتیاز شما از 1 تا 10 = ؟**

**مهارت شماره 2: جلب اعتماد مشتری: امتیاز شما از 1 تا 10 = ؟**

مهارت شماره 3: کشف نیاز مشتری: امتیاز شما از 1 تا 10 = ؟

مهارت شماره 4: تبدیل نیاز مشتری به خواسته: امتیاز شما از 1 تا 10 = ؟

مهارت شماره 5: ارائه بیمه عمر به‌عنوان ابزار برآورنده‌ی خواسته مشتری: امتیاز شما

از 1 تا 10 = ؟

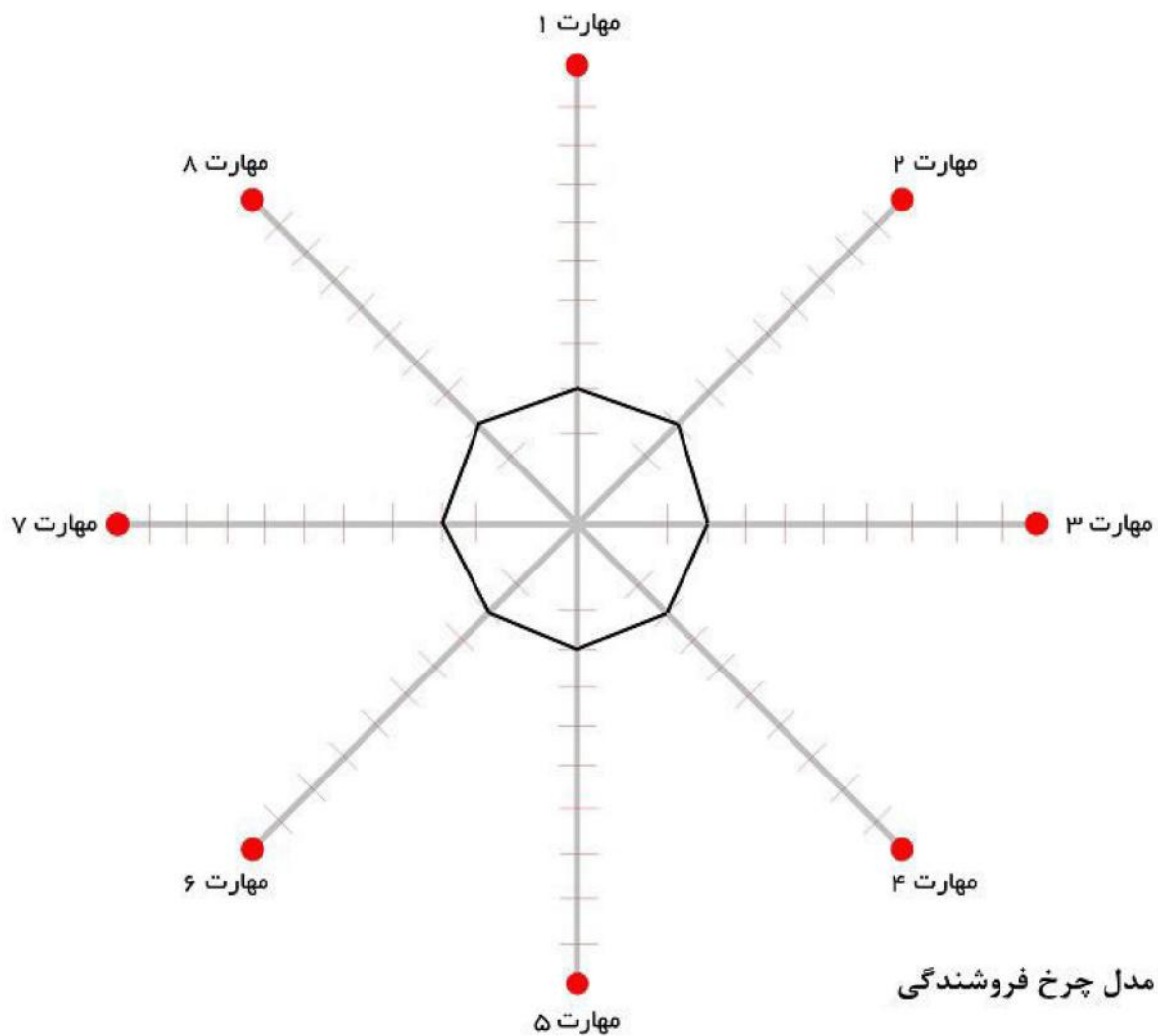
مهارت شماره 6: غلبه بر بهانه‌ها و اعتراضات مشتری: امتیاز شما از 1 تا 10 = ؟

مهارت شماره 7: بستن و نهایی کردن فروش: امتیاز شما از 1 تا 10 = ؟

مهارت شماره 8: بیش‌فروشی + تجمیع‌فروشی + اخذ مشتریان ارجاعی + اخذ

توصیه‌نامه مکتوب: امتیاز شما از 1 تا 10 = ؟

احتمالاً پس از پاسخگویی به سؤالات فوق، چند ابهام برای شما شکل خواهد گرفت. مثلاً اینکه اگر من به تمام مهارت‌های فوق، امتیاز 2 از 10 بدهم باز هم چرخ فروش منظم و قابل چرخشی خواهم داشت! یعنی نمودار چرخ فروشندگی شما چیزی شبیه به تصویر زیر خواهد بود:



اما ذکر این نکته در اینجا الزامی است که حجم فروشهای شما تابع مستقیمی از مساحت درونی هشت ضلعی می‌باشد. یعنی هرچقدر مساحت هشت ضلعی بزرگتر باشد به معنای بیشتر بودن فروش و در نتیجه، بیشتر بودن کارمزدهای شماست و برعکس!

از طرف دیگر، پیشرفت فقط در یک یا دو مهارت از مجموع 8 مهارت فوق، به مانند این است که شما در نقش یک گشتی گیر المپیک، صرفاً و فقط فن زیرگیری از حریف را بلد باشید و بس!

اینجاست که به سرعت و در همان دقایق اولیه‌ی مسابقه، دستتان برای حریف، رو می‌شود و این نقطه قوت شما تبدیل به بزرگترین نقطه ضعف و «پاشنه‌ی آشیل» شما خواهد شد.

به طور مثال، نماینده یا فروشنده بیمه‌ای که فقط دارای مهارت در بحث قطعی کردن و بستن فروش است، قبل از اینکه بتواند اعتماد و توجه کامل مشتری را به خودش جلب کند و قبل از اینکه نیاز مشتری را شناسایی نماید، سعی در بستن عجولانه‌ی فروش با توسل به روشهای احساسی و ایجاد جوّ فروش داشته و اگر هم شانسی برای فروش برای وی فرض کنیم، با خطر بسیار بالای بازخرید بیمه‌نامه عمر مواجه خواهد بود.

لذا بهترین راهکار پیشنهادی من به شما همان است که یکی از بزرگترین فروشندگان املاک در امریکا آن را اینگونه بیان می‌کند:

## «Expansion Always in All Ways»

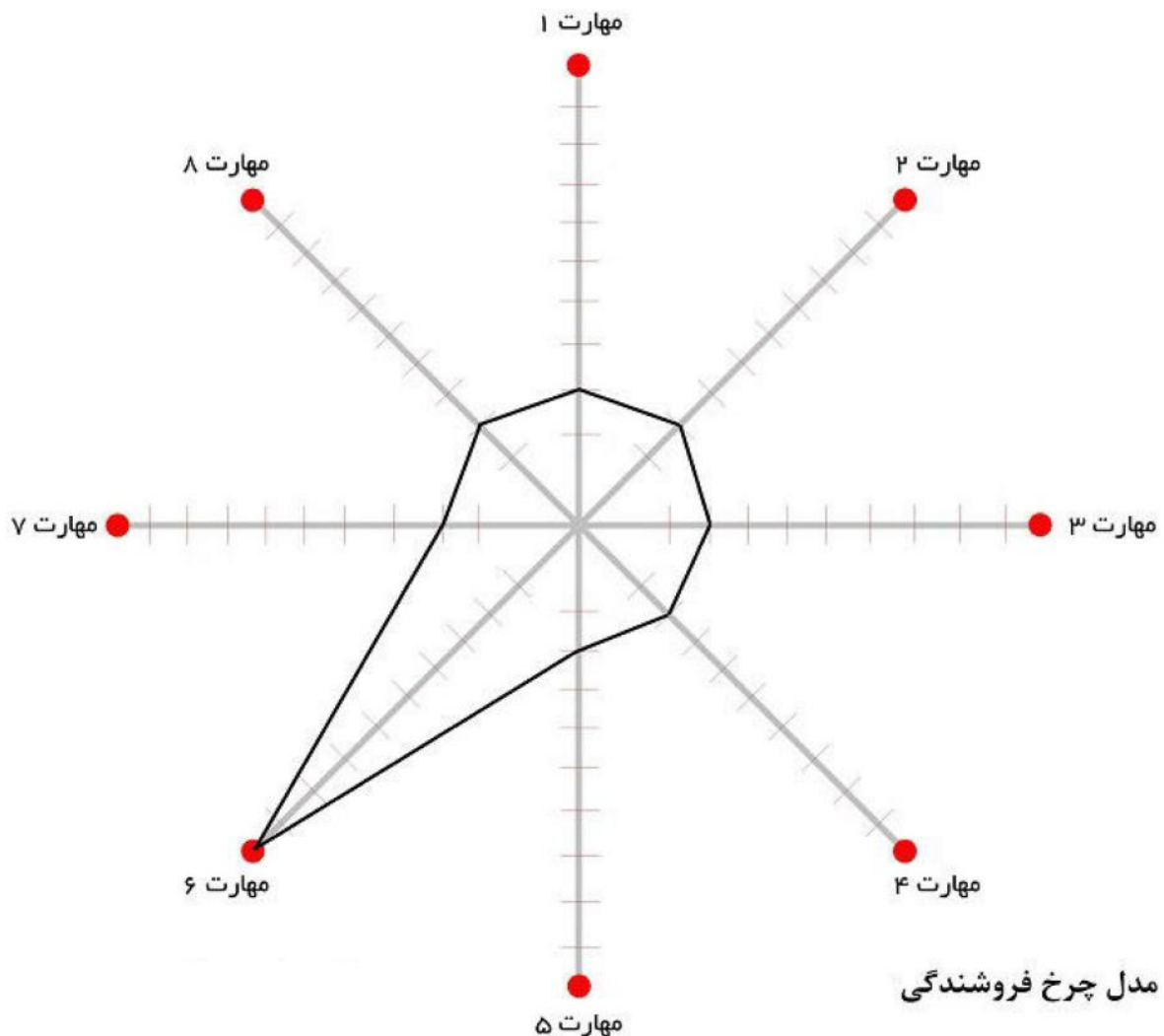
**یعنی رشد و توسعه‌ی همیشگی در تمامی جهات**

**و نه فقط در یک جهت!**

برخی معتقدند فروش یک هنر است! اما من شخصاً معتقدم فروش مجموعه‌ای از تلفیق هنرمندانه‌ی 8 مهارت علمی و عملی به شرح فوق است. به عبارت دیگر، بعد هنری فروشندگی، یعنی هنر برقراری و حفظ تعادل بین مهارت‌های هشتگانه‌ی فوق در کنار یکدیگر و به شکلی که تقارن چرخ فروشندگی شما بر هم نخورد.

درواقع اگر به صورت تک بُعدی، مثلاً فقط در مهارت‌های غلبه بر بهانه‌های مشتری پیشرفت کنید و پیشرفت در سایر مهارت‌ها را نادیده بگیرید، آنگاه چرخ فروش شما تقریباً چیزی شبیه به تصویر

زیر خواهد بود که فقط خدا می‌داند چگونه می‌شود آن را به چرخش بر روی زمین و میدان فوق رقابتی صنعت بیمه وادار نمود...



بعد از آنکه به هر یک از 8 مهارت فوق، از 1 تا 10 به خودتان امتیاز دادید، وقت آن است تا امتیازات را با هم جمع کرده و حاصل جمع به دست آمده را بر عدد 8 تقسیم نمایید و بدین شکل، میانگین سطح مهارت خودتان در فروشنده‌گی بیمه‌های عمر را از 1 تا 10 به دست آورید.

به طور مثال فرض کنیم یک نماینده بیمه به مهارت‌های فروشندگی خودش به شکل زیر امتیاز داده است:

**مهارت شماره 1:** جلب توجه مشتری: امتیاز من از 1 تا 10 = 3

**مهارت شماره 2:** جلب اعتماد مشتری: امتیاز من از 1 تا 10 = 5

**مهارت شماره 3:** کشف نیاز مشتری: امتیاز من از 1 تا 10 = 5

**مهارت شماره 4:** تبدیل نیاز مشتری به خواسته: امتیاز من از 1 تا 10 = 1

**مهارت شماره 5:** ارائه بیمه عمر به عنوان ابزار برآورنده‌ی خواسته مشتری: امتیاز من از 1 تا 10 = 7

**مهارت شماره 6:** غلبه بر بهانه‌ها و اعتراضات مشتری: امتیاز من از 1 تا 10 = 6

**مهارت شماره 7:** بستن و نهایی کردن فروش: امتیاز من از 1 تا 10 = 4

**مهارت شماره 8:** بیش فروشی - تجمیع فروشی - اخذ مشتریان ارجاعی - اخذ توصیه‌نامه مکتوب: امتیاز من از 1 تا 10 = 1

حاصل جمع امتیازات این نماینده برابر با 32 می‌باشد. چنانچه عدد 32 را بر عدد 8 تقسیم کنیم به این نتیجه می‌رسیم که میانگین مهارت‌های فروشندگی این نماینده از 1 تا 10 برابر با 4 می‌باشد. البته عمق این فاجعه وقتی نمایان می‌شود که به چرخ فروشندگی این نماینده نگاه می‌کنیم که البته به هر چیزی شبیه است جز به یک چرخ! بدیهی است که این نماینده، به شدت نیازمند ارتقای سطح مهارت‌های هشتگانه‌ی خودش در فروش است. زیرا در غیر اینصورت، بقای چندانی در این شغل و در صنعت بیمه نخواهد داشت.

البته ذکر این نکته را هم الزامی می‌بینم که روند امتیازدهی به هر یک از هشت مهارت فوق، هرگز نباید بر پایه‌ی حدس و گمان و فرضیات شما نسبت به مهارت‌های فروشنده‌ی خودتان باشد. بلکه صرفاً می‌بایست عملکرد واقعی خودتان را ابتدا از طریق فرم‌های گزارش فروش روزانه (Daily Work) بسنجید و سپس نسبت به امتیازدهی به مهارت‌های خودتان اقدام نمایید.

همواره به یاد داشته باشید که:

## «فروشنده‌ی، قبل از اینکه یک هنر باشد، یک علم است»

شما هرگز نمی‌توانید هنر را اندازه بگیرید. اما هر آنچه ریشه‌ی علمی داشته باشد قابل اندازه‌گیری نیز می‌باشد. از طرف دیگر، شما قادر خواهید بود تنها چیزهایی را مدیریت و بهینه کنید که صرفاً قابل اندازه‌گیری باشند (این اولین درس در تمامی رشته‌های مدیریت، MBA و DBA در سراسر دنیاست).

لذا اگر نتوانید فروش و مهارت‌های فروشنده‌ی خودتان را اندازه بگیرید، قادر به مدیریت و بهینه‌سازی آن نیز نخواهید بود. تنها پس از اینکه فروش را به صورت کاملاً علمی، فرا گرفتید و توانستید آن را از طریق اندازه‌گیری، مدیریت و بهینه کنید، قادر خواهید بود هنر مذاکره و متقاعدسازی خودتان را نیز به آن بیفزایید. درست همانند یک نوازنده‌ی ساز که ابتدا تئوری و علم موسیقی را می‌آموزد و پس از سپری کردن سالها تمرین سخت و مداوم و رفع ایرادات و نقاط ضعف خود، قادر به تلفیق هنر نوازندگی با علم و تئوری موسیقی خواهد بود. درست از این نقطه به بعد است که آثار جاودانه‌ی موسیقی جهان خلق می‌شوند.

بیمه‌گر و توانگر باشید...