

چهار عادت اساسی برای افزایش فروش بیمه

همه‌ی ما اسیر عادت‌هایمان هستیم. به نظر می‌رسد عادات کاری که از روز اول در ما شکل می‌گیرند تا پایان زندگی از ما جدا نخواهند شد. خوب است هر فروشنده‌ی بیمه، چهار عادت زیر را در خود ایجاد نماید:

▪ نظم

نظم از همان ابتدای کار، لازم است. یک فروشنده‌ی تازه‌کار، مشتری ندارد و در مقابل زمان زیادی در اختیار دارد که از آن می‌توان برای یافتن مشتریان جدید استفاده کرد. با گذشت زمان، مشتریان بیشتری خواهیم داشت و وقتمان هم محدودتر می‌شود. اما چرا؟ عموماً در جریان زندگی، اتفاقاتی همچون ازدواج، بچه‌دار شدن و فعالیت‌های فوق‌برنامه پیش می‌آیند که قسمتی از وقت ما را به خود اختصاص خواهند داد. به این ترتیب، فروشندگان قدیمی بیمه برای حفظ ارتباط با مشتریان فعلی و نیز یافتن مشتریان جدید روز به روز بیشتر با کمبود وقت مواجه می‌شوند. وضعیتی که همه‌ی ما در مقطعی از فعالیتمان به آن دچار شده‌ایم و شاید هنوز هم به آن مبتلا باشیم. تنها راه برون‌رفت از این بن‌بست، نظم و برنامه‌ریزی است [viagra priser](#). بهترین کار برای ایجاد نظم، اولویت‌بندی فعالیت‌ها بر اساس قانون پارتو است. همه‌ی ما می‌دانیم که ۸۰٪ نتایج به دست آمده از ۲۰٪ فعالیت‌های ما حاصل می‌شوند. با شناسایی این ۲۰٪، می‌توان آن‌ها را در اولویت کاری قرار داده و دست کم به ۸۰٪ نتایج مورد نظر رسید.



▪ دست کم هشت ساعت در روز به طور جدی کار کنید

هرگز از اهمیت روزانه هشت ساعت یا بیشتر کار منظم شخص خودتان غافل نشوید. فروشندگان موفق بیمه، در یک روز عادی دست کم دو ملاقات حضوری با مشتریان فعلی یا آینده و نیز چندین تماس تلفنی با آنان را در برنامه

ی خود دارند. با توجه به بعد مسافت در شهرهای بزرگ، می‌توان ملاقات‌های حضوری را با تماس تلفنی جایگزین کرد ولی هیچ‌وقت به بهانه‌ی کمبود وقت، ارتباط خود با مشتریان را قطع نکنید. دقت کنید بهره‌وری روزانه در سطح مناسبی حفظ شود و از مدیریت زمان به بهترین شکل استفاده کنید.



▪ به جای تماس سرد، دنبال مشتری ارجاعی باشید

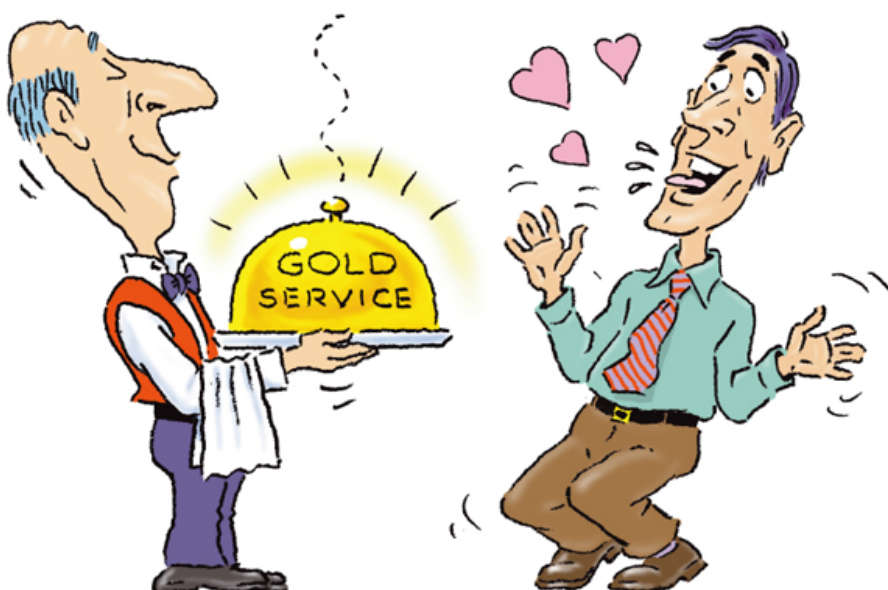
تماس سرد را فراموش کنید. مطمئن باشید اگر صادقانه به مشتری خود خدمت کنید با کمال میل، شما را به همکاران، دوستان و آشنایان خود معرفی خواهد کرد. شخصاً با مشتری‌های ارجاعی تماس بگیرید. در غیر این صورت، آن‌ها به تصور این که سر شما بیش از حد شلوغ است، تمایلی به همکاری با شما نشان نخواهند داد.



برای آشنایی با بازاریابی ارجاعی [اینجا](#) کلیک کنید

▪ به مشتریانان خدماتی غیرقابل تصور بدهید

بهترین کار، ارائه‌ی خدماتی است که بیش از حد انتظار مشتری بوده و تصور همتایی برای آن اگر نه غیرممکن که -بسیار دشوار باشد. به قول معروف سعی کنید "یک سرو کردن از دیگران بالاتر باشید" حتی اگر مشتری از شما بیمه نامه‌ای نخریده، چنان با او برخورد کنید که حس کند برای او ارزش و احترام قائل هستید. به این ترتیب مشتری متوجه رفتار دوستانه‌ی شما شده و با کمال میل، دوستان، همکاران و آشنایان خود را به شما معرفی خواهد کرد.



فرقی نمی‌کند یک تازه‌وارد به صنعت بیمه هستید یا سال‌هاست به این حرفه مشغولید. رعایت اصول بالا مسلماً منجر به افزایش بهره‌وری شما و بزرگ‌تر شدن پورتفویتان خواهد شد.