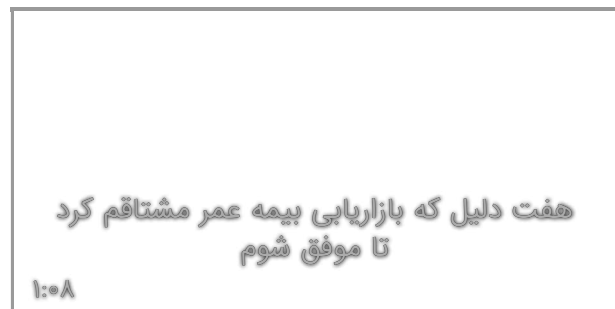


هفت دلیلی که بازاریابی بیمه عمر مرا مشتاق کرد تا موفق شوم

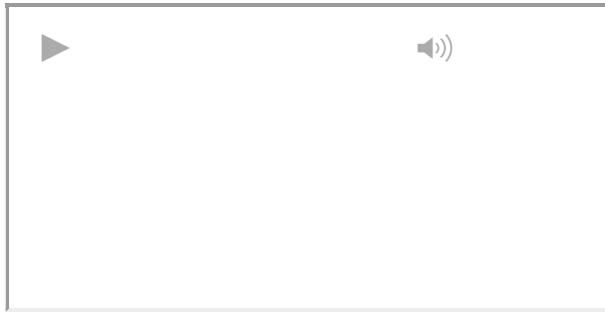
این مقاله برای نمایندگان است که به کمک بازاریابی بیمه عمر قصد دارند یک برند حرفه ای از خود بسازند. ابتدا از شما دعوت می کنیم حتما ویدیوی زیر را تماشا کنید:



علی لطفی در ویدیوی بالا به عنوان مقدمه این مقاله گفته است: “اکثر آدمای کسب و کارشون رو انتخاب نمی کنن، از روی بخت و اقبال وارد یک شغل میشن. یعنی یا اینکه یک شغل خونوادگی بهشون به ارث میرسه، یا اینکه رفتن اولین جایی که استخدامشون میکردن رو چسبیدن. اما اکثر کسانی که مشغول حرفه بیمه مخصوصا **بازاریابی بیمه عمر** هستن خود خواسته وارد این شغل شدن و واسه انتخابشون دلایلی منحصرا به فرد خودشون رو دارن. به همین خاطر به شغلی که دارن افتخار میکنن.

اما با این حال همه کسانی که مشغول شغل **بازاریابی بیمه عمر** هستن نیاز دارن به طور جامع ویژگی های این شغل رو بدونن تا بتونن جلوی افراد دیگه از این شغل خوب تعریف کنن و حتی تو مواقع ضروری از این شغل دفاع کنن. به همین خاطر ما این پست رو آماده کردیم و توی اون همه دلیل هایی که چرا یک فرد باهوش باید این شغل رو انتخاب بکنه رو جمع آوری کردیم.

بعلاوه اینکه مهارتهایی که واسه این موفقیت توی **بازاریابی بیمه عمر** نیازه و نمونه های موفق رو توی همین پست به مرور زمان اضافه می کنیم، پس هر چند وقت یک بار به این پست برگردید و از بروزرسانی هاش هم استفاده ببرید.”



گوش دادن به نسخه صوتی مقاله :

محتویات

- **1 چرا بازاریابی بیمه عمر**
 - **1.1 دلیل اول: محصول عالی و یک بازار بکر**
 - **1.1.1 منافع بیمه عمر برای مشتریان**
 - **1.2 آیا می خواهید منافع بازاریابی بیمه عمر برای هم وطنان خود لمس کنید؟**
 - **1.2.1 برای جوانان امروز**
 - **1.2.2 برای کودکان امروز**
 - **1.2.3 برای حوادث فردا**
 - **1.2.4 برای بیماران فردا**
 - **1.3 دلیل دوم: راه اندازی تقریباً رایگان**
 - **1.4 دلیل سوم: شما رئیس خود هستید**
 - **1.5 دلیل چهارم: آموزش کسب و کار**
 - **1.6 دلیل پنجم: کار تیمی**
 - **1.7 دلیل ششم: اهرم ارتباطات تصاعدی**
 - **1.8 دلیل هفتم: آزادی مالی در بازاریابی بیمه عمر**
 - **2 برای موفقیت در بازاریابی بیمه عمر به چه مهارتهایی نیاز داریم؟**
 - **2.1 موفق ترین های بازاریابی بیمه عمر دنیا**
 - **2.1.1 مهدی**

چرا بازاریابی بیمه عمر

در عصر جدید که فرصت های شغلی متنوعی وجود دارد چرا حرفه بینظیر بازاریابی بیمه عمر پیشنهاد می کنیم؟ به طور کلی میتوان هفت دلیل مهم برای انتخاب حرفه بازاریابی بیمه عمر برشمرد.

شاید شما هم بتوانید دلایلی به این موارد بیفزایید.

پس دلایل منحصر به فرد خود را در پایان مقاله حتما با ما درمیان بگذارید.

دلیل اول: محصول عالی و یک بازار بکر

نخستین ویژگی که بازاریابی بیمه عمر را ممتاز می کند وجود یک محصول عالی و یک بازار بزرگ و البته بکر برای این محصول است. محصولی که همه به آن نیاز دارند چرا که نیاز به امنیت جزء ذات بشر

است. “آدمی بدون امنیت کافی نمی تواند زندگی کند.” یکی از بزرگان بازاریابی بیمه عمر در سمینار بین المللی خود گفته است:

“در شرایط اقتصادی کنونی آدمها ۲۰ سال تا ۴۰ سال برای تأمین هزینه‌هایشان، سخت کار می‌کنند. حال اگر نتوانند برای دوران بازنشستگی خود پول کافی پس انداز کنند مجبورند تا آخر عمر به کار کردن ادامه دهند یا به کمکهای خیریه و اطرافیان‌شان وابسته باشند، تصور این موضوع که حاصل ۲۰ تا ۴۰ سال کار سخت و شرافتمندانه، دست به گریبان بودن با مسائل مالی آن هم در دوران کهنسالی است واقعا وحشتناک به نظر می‌رسد.

منافع بیمه عمر برای مشتریان

این جملات گلچینی از سخنان برترین های مدیریت مالی جهان برای بازاریابی بیمه عمر است. واقعا نیاز است هر روز صبح آن را با خود تکرار کنید:

“حقیقت این است که زمان برنامه‌ریزی سی سال آینده امروز است. کسانی که از امروز برای آینده خود پس انداز نمیکنند لاجرم تا پایان عمر همچنان درگیر مسائل و مشکلات جدی خواهند بود. بیمه عمر بهترین راه پس انداز برای آینده هر فردی است. زیرا هم مبالغ این پس انداز اندک و البته برای همه ممکن است و هم سود چنین پس انداز مطمئن و بدون ریسکی به صورت مرکب بوده و ارزش اندوخته به صورت تصاعدی رشد می‌کند.”

در کنار ضرورت داشتن یک بازنشستگی مطمئن و آسودگی خاطر دوران کهنسالی، آدمیان به تأمین آینده فرزندان‌شان نیز علاقه مندند. اما سؤال اینجاست:

چند درصد والدین امروزی میتوانند در بیست یا سی سال آینده به فرزندان‌شان برای آغاز زندگی مستقل کمک کنند؟

چطور می‌توانند هزینه تحصیلات عالی، هزینه تهیه مسکن، هزینه راه‌اندازی کسب و کار یا هزینه ازدواج فرزندان‌شان را مهیا کنند؟

پاسخ در اغلب موارد مبهم یا منفی است. اما همه ما خوب میدانیم پس‌انداز مبالغی اندک در قالب بیمه عمر برای همه والدین امکانپذیر است. رسالت ما به عنوان یک بازاریاب بیمه عمر، آگاه کردن افراد از ضرورت داشتن چنین پس‌اندازی است.

حال چشمان خود را ببینید و در زمان سفر کنید به ۲۰ تا ۳۰ سال آینده بروید.

برای جوانان امروز

کهنسالانی را ببینید که از مزایای بیمه عمر خود بهره مند شده اند. ببینید که محتاج کار کردن نیستند و در عین حال به سفر و تفریح می پردازند. آنها در خانه سالمندان نگهداری نمیشوند، بلکه در خانه خودشان زندگی میکنند. چرا که از پس پرداخت هزینه‌هایشان برمیآیند. چشم به راه کمک این و آن هم نیستند، چرا که بیمه عمر دارند. آنها با آسودگی خاطر روزگار میگذرانند. مشاوره و راهنمایی شما سبب رفاه حال این افراد شده است.

- آیا احساس سرور می‌کنید؟
- آیا اشک در چشمانتان حلقه میزند؟
- شما به واسطه ایجاد رفاه و آسودگی در زندگی دیگران به درآمد رسیده اید.
- راهی بهتر از این برای پول درآوردن می‌شناسید؟

برای کودکان امروز

حالا جوانانی را ببینید که به جای اینکه در به در دنبال کار بگردند و بهترین سالهای زندگی‌شان را با افسردگی ناشی از بیکاری و بی‌پولی بگذرانند، می‌توانند کسب و کار خودشان را راه انداخته و به جای اینکه سربار خانواده باشند، کارآفرین، درآمدزا و موفق شده‌اند. اینها اندوخته قابل توجهی دارند، زیرا از کودکی زیر چتر بیمه عمر بوده‌اند.

دختران و پسرانی را ببینید که به خاطر بی‌پولی، تحصیل را رها نمیکنند. هزینه تحصیلات آنها تأمین شده است زیرا از کودکی بیمه عمر داشته‌اند. دختران و پسرانی را تصور کنید که به راحتی ازدواج میکنند و دغدغه تهیه جهیزیه، تهیه مسکن و لوازم اولیه زندگی را ندارند. آنها پول کافی برای شروع زندگی مشترک دارند. زیرا از کودکی بیمه عمر داشته‌اند.

- شما بازاریاب بیمه عمر والدین این جوانان بودید.
- شما این جوانان را کارآفرین و موفق کردید.
- شما به روند تولید ثروت کمک کردید.
- شما به ترویج علم و دانش و تحصیل کمک کردید.
- شما تشکیل خانواده را آسان کردید. شما رؤیای دیگران را محقق کردید و از این راه درآمد کسب کردید.
- آیا راهی بهتر از این سراغ دارید؟
- آیا به خود افتخار می‌کنید؟

حالا چشمان خود را باز کنید. چشمان خود را به روی دنیای واقعیت باز کنید. جایی که همه اتفاقات، خوشایند و مطلوب من و شما نیست. با پدیده‌های به نام جنگ خاموش طرف هستیم. جاده‌های کشور ما سالیانه حدود ۲۰۰۰۰ نفر قربانی می‌گیرد.

- چند درصد این افراد سرپرست خانواده و مسول تأمین مالی آن هستند؟

- آیا با پول این فرد، زنده میشود؟ مسلماً نه.

- اما ۵۰، ۱۰۰ یا ۲۰۰ میلیون پول نقد مشکلات مالی ناشی از فقدان این فرد را جبران می‌کند؟ مسلماً آری.

- آیا همسر او مجبور میشود به ازدواجی ناخواسته تن دهد؟ خیر.

- آیا فرزندان او با مشکل تأمین هزینه تحصیلاتشان مواجه میشوند؟ خیر.

- با مشکل مسکن چطور؟ خیر.

- آیا فرزندان این فرد کهنه‌پوش بچه‌های اقوام یا چشم به راه کمک خیرین میشوند؟ خیر.

- آیا خانواده این مرحوم سر گرسنه بر بالین میگذارند؟ قطعاً خیر. و در نهایت آیا فاتحهای نثار روح آن مرحوم میکنند؟ حتماً آری.

- و آیا شما را که بازاریاب بیمه‌ای او بوده اید دعا میکنند؟ حتماً آری.

گرچه فرهنگ عمومی به ما می‌گوید که صحبت از مرگ و میر ناپسند است. ولی حقیقت جز این نیست که هیچ کس نمیتواند دیدن طلوع فردا را تضمین کند.

برای بیماران فردا

در کنار این واقعیت تلخ بیاید بیماری ها را بررسی کنیم. سالیانه بیش از صد هزار مورد عمل قالب باز، سگته قلبی و سگته مغزی در کشور ما اتفاق می افتد.

- آیا بیمار جز درد بیماری باید درد بی پولی را تحمل کند؟

- آیا خانواده او جز نگرانی وضعیت سلامتی اش باید اضطراب ناشی از تأمین هزینه را بر دوش بکشند؟

- آیا داشتن یک بیمه عمر این مسائل را حل نمیکنند؟

به عنوان جمع بندی، شما با انتخاب این حرفه بیمه عمر نمی فروشید، بلکه راه حل مسائل را عرضه می کنید. شما مشکلات اقتصادی و اجتماعی را برطرف می کنید شما به ثروت آفرینی، گسترش رفاه و کاستن رنج و اندوه آدمیان کمک می کنید و از این طریق کسب کارمزد می کنید این یعنی تجارت برنده/ برنده.

پیشنهاد می کنیم حتما برای [موفقیت در بازاریابی بیمه](#) این مقاله را مطالعه فرمایید:

["کتابهایی که هر نماینده بیمه باید مطالعه کند"](#)

دلیل دوم: راه اندازی تقریبا رایگان

دومین مزیت حرفه بازاریابی بیمه عمر سرمایه حداقلی برای شروع است. راه اندازی تجارتي که ماهیانه ۱۰، ۲۰ یا ۴۰ میلیون درآمدزایی داشته باشد، چقدر پول نیاز دارد؟ حداقل ۵۰۰ میلیون تومان. در این حرفه افرادی هستند که ماهیانه ۱۰، ۲۰ یا ۴۰ میلیون تومان درآمد دارند ولی برای راه اندازی تجارتشان، ۵۰۰ میلیون تومان هزینه نکرده اند. درست است؟

اگر شما مشغول بازاریابی بیمه عمر هستید، حتی نیاز به دفتر کار و کارمند ندارید و البته هزینه مالیات، هزینه تبلیغات، دردهای اداری و حقوقی هم ندارید. در عوض می توانید کارمزد نامحدود داشته باشید.

چرا که در صنعتی فعالیت می کنید که مشتریان همه هستند (خانواده، اقوام، دوستان، بقال، پزشک، وکیل، حسابدار، مهندس، کارمند، کارگر و ...) همیشه می آیند (تمام مدتی که در طول روز با آنها تماس و ارتباط دارید) و همه جا می آیند (در مهمانی، محل کار، باشگاه، دانشگاه، فروشگاه، آرایشگاه، پارک، خیابان و ...)

اگر حرف مرا نمی پذیرید، یک نفر را به من نشان دهید که به امنیت مالی نیاز نداشته باشد.

دلیل سوم: شما رئیس خود هستید

در بازاریابی بیمه عمر شما رئیس خود هستید. یعنی سطح درآمدتان را خودتان تعیین می‌کنید البته نه به ساعتهای کاری، بلکه بر اساس نتایج عملکردتان. “شما اینجا کارمند نیستید، بلکه صاحب تجارت خودتان و طبیعتاً مسئول پیامد اعمالتان هستید.”

اگر می‌خواهید کارمزدتان را افزایش دهید باید ثمربخشی و اثرگذاریتان را بیشتر کنید. نه اینکه به ساعتهای حضور فیزیکی‌تان بیافزایید. البته این بدان معنا نیست که این حرفه احتیاج به زمان گذاشتن ندارد، چرا که برای موفقیت حداقل به بیست ساعت کار مفید در هفته احتیاج دارید.

دلیل چهارم: آموزش کسب و کار

“شاید شنیده باشید که پول، پول می‌آورد. اما حقیقت خلاف این گزاره است. آنچه موجب ثروتمندی میشود، پول نیست، بلکه مهارت کسب و کار و ذهنیت ثروت است.”

در بازاریابی بیمه عمر شما مهارت‌های لازم را فرا می‌گیرید، نگرش‌های درست را کسب می‌کنید، عادات موفقیت را تمرین کرده و باورهای موفقیت را می‌سازید. شما در این حرفه حین یادگیری پول درمی‌آورید. برای موفقیت در این تجارت باید همیشه دانش آموز باشید و مدام در حال یادگیری. شما تا هر زمانی میتوانید بیشتر یاد بگیرید و پول بیشتری در آورید.

مقاله مربوط به دلیل چهارم: [چطور بهره‌وری یادگیری خود را در آموزش آنلاین بیمه افزایش دهیم؟](#)

دلیل پنجم: کار تیمی

قرار نیست این تجارت را به تنهایی بسازید. خلق عظمت و موفقیت در این حرفه نتیجه کار تیمی است. یک تیم حرفه ای و با تجربه در این تجارت از شما صبورانه حمایت می‌کند تا نگرش، باور و مهارت‌های لازم برای موفقیت را کسب کنید.

این تیم (از شرکت و شعبه، تا نماینده و مدیر فروش) به شما کمک می‌کند تغییر کنید و انسان دیگری شوید. انسانی که نتایج متفاوتی خلق می‌کند. این تیم حرفه ای و کارآمد از شما حمایت می‌کند تا در این تجارت موفق شوید چرا که با شما شریک و هم‌هدف است.

دلیل ششم: اهرم ارتباطات تصاعدی

“بازاریابان موفق از اهرم ارتباطات مشتریان‌شان استفاده می‌کنند.”

فرض کنیم شما ۱۰ مشتری دارید اگر هرکدام از آنها در ماه آینده ۱۰ مشتری جدید به شما معرفی کنند، شما میتوانید به سادگی ۱۰۰ معرفی داشته باشید که حداقل ۳۰ مورد در همان ماه منجر به خرید میشود.

حالا شما ۳۰ دوست جدید دارید که ۳۰۰ مشتری جدید به شما معرفی می‌کنند. <https://darertebatim.com/whymarketinglifeinsurance/>

در کمتر حرفه ای چنین مزیتی می بینید. اهرم ارتباطات سبب گسترش نامحدود حلقه تأثیرگذاری شما می شود و این موضوع یعنی معرفی بیشتر که نتیجه اش فروش و کارمزد بیشتر است. جذابیت این اهرم رشد تصاعدی آن است که منجر به رشد تصاعدی کارمزد شما میشود.

برای یادگیری بهترین روش فروش بیمه: [جذب مشتری ارجاعی بیمه](#) و [استراتژی های آن](#) را مطالعه فرمایید.

دلیل هفتم: آزادی مالی در بازاریابی بیمه عمر

شما در بازاریابی بیمه عمر به هر هدف هوشمندانه ای که برای خود تعیین کنید می توانید دست یابید به شرط آنکه به اندازه کافی به دیگران کمک کنید تا رؤیاهایشان را محقق کنند.

“شما اتومبیل، خانه، ویلا، لباسهای شیک و سفرهای لوکس میخواهید. پس باید به اندازه کافی به دیگران کمک کنید که آینده شان تأمین باشد، باید کمک کنید که در دوران بازنشستگی وضعیت رفاهی شان تضمین شده باشد، باید کمک کنید که فرزندان شان در آینده پول تحصیل، ازدواج، تهیه مسکن و راه اندازی کسب و کار داشته باشند، باید امنیت مالی آنها و خانواده هایشان را تضمین کنید.”

اینگونه می توانید به اهدافتان برسید:

- هر چه بیشتر کمک کنید رؤیاهایشان را محقق کنند، پول بیشتری در می آورید.
- هیچ سقفی برای درآمدها وجود ندارد و هیچ قانونی برای نرسیدن به آرزوهایتان وضع نشده است.
- شما میتوانید به هر آنچه میخواهید برسید، به شرط آنکه به اندازه کافی به آدمهای دیگر کمک کنید به آنچه می خواهند برسند.
- شما این حرفه را برای ثروتمند شدن انجام می دهید نه برای تأمین هزینه هایتان.
- شما برای آزادی مالی و زمانی تلاش میکنید نه برای پرداخت قبضه هایتان.

شاید شما هم بتوانید دلایلی به این موارد بیفزایید.

پس دلایل منحصر به فرد خود را در پایان مقاله حتما با ما در میان بگذارید.

برای موفقیت در بازاریابی بیمه عمر به چه مهارتهایی نیاز داریم؟

دو مهارت اساسی شامل داشتن دایره ارتباطات و گسترش آن و نیز قدرت بیان است. یعنی ما باید افرادی را بشناسیم که بتوانیم با آنها در مورد محصول و خدماتمان صحبت کنیم و نیز بتوانیم به شیوه‌ای مؤثر این کار را انجام دهیم.

اما چه کسانی این دو مهارت را دارند؟ پاسخ ساده است: همه می‌توانند این مهارت‌ها را کسب کنند. اگر باور ندارید بهتر است داستان موفقترین فرد بازاریابی بیمه عمر را بررسی کنیم.

موفق ترین های بازاریابی بیمه عمر دنیا

او بازاریاب ارشد بیمه **متروپولیتن** است. شرکتی با بیش از ۱۵۰ سال سابقه و یکی از موفقترین شرکتهای بیمه آمریکا و دنیا. این بازاریاب ارشد شرکت متروپولیتن در زمینه **بازاریابی بیمه عمر** که از اعضای اصلی و سخنرانان انجمن **MDRT** بوده، در میان بازاریابان بیمه عمر بیش از ۵۰ سال است که **رتبه نخست دنیا** را دارد و سمینارهای مختلفی در سراسر دنیا برگزار می‌کند.

حدود ۶۰ سال پیش زمانی که وی به آمریکا رفت حتی زبان انگلیسی را به طور کامل نمی‌دانست و مسلما آن زمان افراد زیادی در آمریکا نمیشناخت. اما در کمتر از ۹ سال فعالیت توانست به عضویت **انجمن MDRT** درآید و **۵۰ سال است که نفر اول دنیا است**. با اینکه سن وی از ۹۰ سال گذشته همچنان به فعالیت در حرفه خود ادامه می‌دهد. او **سالانه ۵۰ میلیون دلار** بیمه عمر می‌فروشد.

مهدی

وی **مهدی فخارزاده** یک ایرانی مقیم آمریکا است. داستان او الهام بخش بسیاری از فعالان این صنعت است.

زمانی که خبرنگاری از او پرسید: **“بزرگترین بیمه ای که فروخته ای چه مبلغی بوده است؟”** وی پاسخ داد: **“هنوز بزرگترین بیمه ام را فروخته ام”**

یا در جایی دیگر از او پرسیدند: **“چگونه به اوج موفقیت رسیده‌ای؟”** مهدی فخارزاده در پاسخ می‌گوید **“من هنوز موفق نشده ام، هرگاه یک میلیارد دلار در سال بفروشم خود را موفق می‌دانم”**.

“چنین به نظر می‌رسد که در صنعت بیمه سقفی برای موفقیت وجود ندارد. شما تا هر زمانی که بخواهید، میتوانید بیشتر یاد بگیرید و بهتر فعالیت کنید و نتایج عظیم تری بیافرینید.”

آدمهای عادی زیادی در این حرفه موفقیت‌های غیر عادی کسب کرده‌اند. اگر این موفقیت برای این افراد بدست آمده قطعاً برای شما نیز دست یافتنی است.

امید است این مقاله به شما کمک کرده باشد تا دید روشن تری از حرفه بازاریابی بیمه عمر بدست بیاورید.

درباره این مقاله هر سوال یا دغدغه‌ای دارید همین جا ذکر کنید

تا بهترین متخصصین بازاریابی بیمه عمر کشور در اسرع وقت به آنها پاسخ دهند.

Viewed using [Just Read](#)