

## فهرست مطالب

- مقدمه‌ی مترجم ..... ۱۱
- فصل اول: سرآغاز ..... ۱۷
- فصل دوم: اهدافی که باید به آنها برسیم ..... ۳۳
- فصل سوم: توصیف شغل ..... ۴۵
- فصل چهارم: چرخه‌ی خوشبختی ..... ۴۹
- فصل پنجم: چه چیزی در یک اسم نهفته است؟ ..... ۵۳
- فصل ششم: سلام جرج ..... ۶۱
- فصل هفتم: با چه کسی ملاقات کنیم؟ ..... ۶۹
- فصل هشتم: رویارویی با مشتری ..... ۷۵
- فصل نهم: غلبه بر اعتراضات و بهانه‌های مشتریان ..... ۸۷
- فصل دهم: فروش به صاحبان کسب و کار ..... ۹۹
- فصل یازدهم: استقلال مالی ..... ۱۰۷
- فصل دوازدهم: بیمه‌ی عمر ..... ۱۱۹
- فصل سیزدهم: مالیات بر ارث ..... ۱۲۵
- فصل چهاردهم: نهایی کردن فروش ..... ۱۳۱
- فصل پانزدهم: چند نکته ..... ۱۴۱
- فصل شانزدهم: پیش به سوی موفقیت ..... ۱۴۷
- فصل هفدهم: موفقیت یک انتخاب است ..... ۱۵۳

فصلنامه علمی و پژوهشی مدیریت بازرگانی، بهار ۱۳۹۰، شماره ۱، ۲۱-۳۰

## مقدمه‌ی مترجم

صنعت بیمه طی چند سال گذشته در کشور ما دستخوش تحولات شگرفی شده است. بازار انحصاری و سنتی گذشته، جای خود را به بازاری کاملاً پویا و رقابتی داده است که موفقیت در چنین بازاری مستلزم خلاقیت، نوآوری و استفاده از شیوه‌های نوین نه تنها در عرضه‌ی محصولات جدید بلکه در بازاریابی، فروش و نحوه‌ی ارتباط با مشتریان است. چنین بازاری قطعاً نیازمند فروشندگانی حرفه‌ای است که به‌طور مستمر در حال رشد و ارتقای مهارت‌های خود می‌باشند. اگر در این شرایط فروشندگان و بازاریابان بیمه خود را به راهکارها و تکنیک‌های نوین فروش و بازاریابی تجهیز نکنند و در پی ارتقای مهارت‌های فردی خود نباشند، بدون شک شکست خواهند خورد.

یکی از راهکارهای اساسی موفقیت در هر رشته‌ای، استفاده از تجربیات و راهکارهای آزمایش شده توسط افراد موفق در همان رشته است. نمایندگان و فروشندگان بیمه می‌توانند با استفاده از تجربیات و روش‌های افراد موفق در این رشته، در کنار خلاقیت و نوآوری خود به‌عنوان یک فروشنده‌ی موفق در حوزه‌ی بیمه مطرح شوند.

آقای تونی گوردن، نویسنده‌ی این کتاب، بدون شک یکی از موفق‌ترین و نام‌آشنا‌ترین افراد در حوزه‌ی فروش بیمه و مشاوره‌ی مالی است. او در