مقدمه

در جهانی که دائما در حال تغییر است، دیگر روش‌های سنتی فروش و بازاریابی پاسخگو نخواهد بود و نسل امروز روش و سبکی نوین برای اقناع‌سازی می‌طلبد. امروز دیگر نمی‌توان برای فروش بیمه‌ی عمر تنها با بیان مزایای سرمایه فوت و مبالغی که بازماندگان پس از فوت بیمه‌گذار دریافت می‌کنند در افراد ایجاد انگیزه کرد. نسل جدید به منافعی شخصی بیشتر اهمیت می‌دهد و می‌خواهد خودش نیز از سرمایه‌گذاری‌اش بهره‌برداری کند و بیشتر از هر چیز، به لذت‌های آنی می‌اندیشد. می‌خواهد بیشتر و بهتر دریافت کند و کمتر زحمت بکشد. نسل امروزی اینترنت را پرسرعت می‌خواهد، غذایش فست‌فود است و گوشی موبایلش باید لمسی باشد.

شما چه تغییری در نحوه ارائه بیمه‌نامه‌تان داده‌اید؟ هنوز از همان روش‌ها و تکنیک‌های سی سال پیش استفاده می‌کنید؟ هنوز هم مشتریان‌تان می‌شنوند که اگر سالی X ریال بپردازند، پس از وفات بازماندگانشان چندین X ریال دریافت خواهند کرد؟ آیا روش‌های کلیشه‌ای سنتی می‌تواند در عصر ابررایانه‌ها خروجی مناسب داشته باشد؟