



ATP 世界顶尖團隊發展精髓

單元五：強健的開始

Strong Start = Right + Fast Start

By Tan Kar Hor
讲师：陈嘉虎



學習內容 (Objectives)

在這一講完成后, 學員將會:

-  1 了解何謂正確的開始 (What Is Right Start)
-  2 明白正確開始的重要性 (Important Of Right Start)
-  3 首 90 天應傳授那一些 KASH (KASH For The First 90 Days)
-  4 首 90 天的關鍵性 (Important Of First 90 Days)

首九十天關鍵的培育期

中国有句话

三岁定八十，新业务员九十天定一生

好的开始就是
成功的一半

常犯的六大误区:

- 資訊过甚 (Information Overload)
- 拔苗助長 (只集焦自然市场)
- 低要求沒标准 (起点錯誤)
- 沒充份的入场前准备 (抵抗力)
- 缺乏習慣的培育 (沒纪律)
- 忽略團隊認同感 (沒歸宿感)

对的开始才会
成功的到底

忽略最關鍵的培育期

○ 強健的開始 (Right Start)

正確的開始



持續穩健的成功，兩者缺一不可
Need Both To Ensure Lasting Success

三個誤思 (3 Myths)

1. 一旦新人決定加盟, 主管覺得大事已定, 大功告成 The moment new agent agrees to join, done deal
2. 把培育的責任交給“保姆及學校” (Surrender the duty to “Care Taker” or “School”)
3. 忽略基礎的建設 (Neglect The Foundation building)

新人尤如初生嬰孩，非常容易被傷害，有時即使是小小的挑戰。

因為大部份新人還是持著觀望，試一試的態度。因此這段時間比任何時刻更需要關懷，正確的培育及引導

首九十天的培育重點 (Key Emphasis)

1. 從觀念思维開始(設立標準) Always start with the mind set
2. 所有的培訓必須實際可行 Practical
3. SEE - 系統化，簡單及有效SEE
4. 平衡當下業績及長遠發展的重要性 Balance Between Current & Long Term Development
5. 培育好的工作習慣 Build Right Working Habits
6. FMC 的學習要素 (Follow-Master-Crete)
7. 歸宿感的建立 Build Sense of Belonging
8. 全方位平衡發展 (KASH) Holistic Development Of KASH
9. 遴選的重要步驟及過程 It Is an important selection Step

首九十天的培育重心 Key Principles

6 R 概念

1.

Relevant:
适当及必要的

2.

Real Market Situation:
真實的市场状况
(十支预防针)

3.

Role Play:
演练

4.

Repetition:
重覆

5.

Referral:
索取介绍及建立正式影
响力中心
(35% - 25% - 40%)

6.

RMA:
正确的观念与习惯

我邁向五百強
我是龍獎得主

PART

Knowledge
(知識)

Note: This program do not intend to cover the common knowledge that Premier Academy will do

Knowledge

(基本關鍵知識)

有關於新業務員需具備的知識，我相信公司已有很完善及系統化的培訓，所以不再此重复。以下只提供幾個概念供參考及補充並更好的完善業務員的基礎。



什么是保險 What Is Life Insurance (RBC)

It is **LIFE** solutions that helps people to solve their **SAD** problems (提供LIFE方案以解决人们所面对的 SAD 问题)

保險最核心的關鍵詞是什麼(Key Word)?



我們的價值是什麼



我們是人們生命中的**護航者**; 我們提供**LIFE**
(生命) 方案以減少悲劇 (**SAD**) 的影響

Life Time Protection
(終身保障)

Income When Disabled
(失能收入)

Financial Planning
(理財規化)

Emergency Fund
(緊急儲備金)

Sick
(病)

Aging
(老齡化)

Death/
Disable
(死/殘)





两个核心原则

风险不再是风险当你懂得怎么处理



我们从来不是产品促销员而是提供2个
S: 方案(Solution)及服务(Services).

记住：我们不是销售，而是帮助人们购买最适合解决他们
所面对的问题的最佳方案



A Risk Is Not A Risk If You
Know How To Handle It Well
风险不再是风险要是你懂得
妥善处理及善后



○ 保險如何處理風險 (How LI Deals With)

1. 防範風險(Prevent)
2. 規避風險(Avoid)
3. 管理風險(Manage)
4. 減低風險(Reduce)
5. 轉移風險(Transfer)

降低風險造成的
“寒冬” (ICE)

> Impacts
(沖擊)

> Consequences
(后果)

> Effects
(影響)

传统风险

死亡及殘障風險



意外, 死亡及殘障利益

健康風險



住院, 手術, 醫療及重疾

金融及財務風險



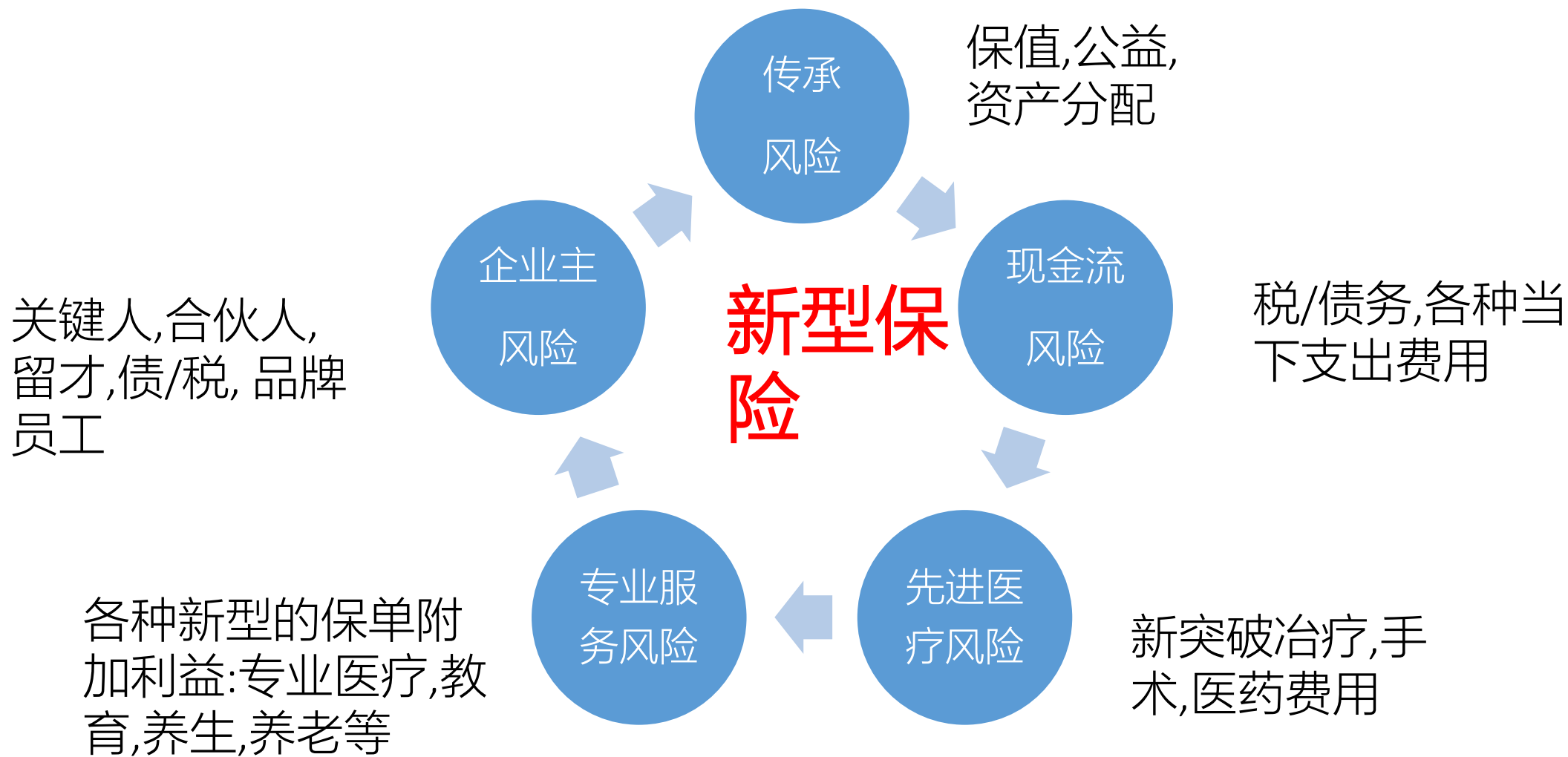
儲蓄, 投資及外币

長壽風險



退休, 護理及長照, 年金

新衍生风险





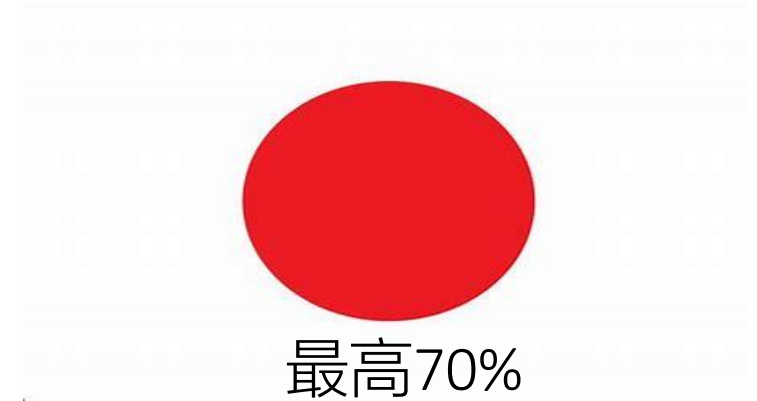
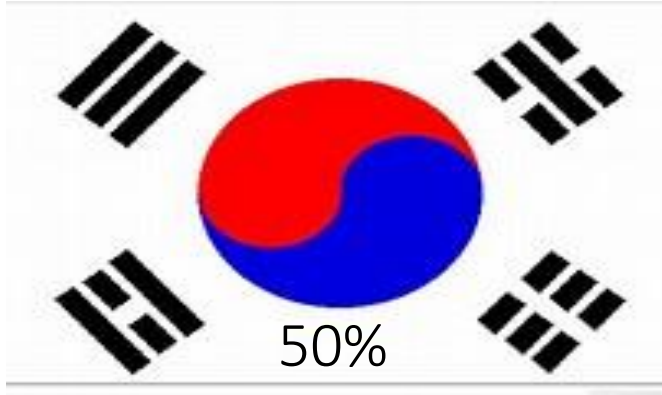
运用超音波高聚焦產生的热能消融腫瘤:

- . 子宫肌瘤:海扶刀
- . 医美:海芙刀
- . 消滅攝护腺癌: 海福刀
- . 脑神经震颤病灶:神波刀,医薩刀

刀刀病除, 但一刀比一刀贵

30万 – 60万

未来保险
不是为了
基本的治
疗, 而是让
你能选择
更**优质**的
治疗配套
及方案
不止安心
而是舒心



85%家族企業 恐臨接班危機

林昱均／台北報導

資誠（PwC）會計師事務所22日舉辦家族企業論壇指出，台灣家族企業雖有93%致力於優化本業，但85%未落實信託、家族憲法、閉鎖性公司等「正式治理」制度，接班危機恐怕將浮現。

資誠執業會計師洪連盛指出，我國家族企業雖設立家族投資公司做為控股方式，但鮮少具備正式的家族規章，在分配財產、接班上多半仰仗遺囑。他建議，台灣家族企業應正視信託、公司傳承規章，以避免陷入家族內戰，導致財富與企業經營權無法有效運用、甚至侵蝕家族財富。

根據資誠2018台灣家族企業調查

報告，有45%企業未使用股權工具如家族投資公司、閉鎖性公司等，而是由創業第一代把持所有股權。另有85%企業未做財富分配規劃、並未使用其工具如信託、家族憲法。

然而，85%台灣企業受訪者尚有其他家族成員在家族企業中工作，尤其是旁系親屬如兄弟姐妹（36%）。洪連盛指出，就算企業接班人戰功卓越，但在股權均分及家族成員手握大權下，很有可能出現家族企業版的「八王之亂」。

企業過於仰賴遺囑，未必能有效達到傳承方式，近年就有長榮集團之前例，原先第一代張榮發欲交棒給張國煒，但甫上任4天卻被家族

董事會拔除總裁一職，顯見股權與財富管理工具等重要性。

亞太菁英財富管理學院院長羅立群致詞時指出，歐洲默克家族傳承351年、美國洛克菲勒家族156年，反觀台企如台泥約73年、台塑集團65年，國泰、富邦集團則分別為57

、27年，台灣家族企業仍在萌芽階段，尚未面臨接班情況，但應謹慎借鏡他山之石與前車之鑑。

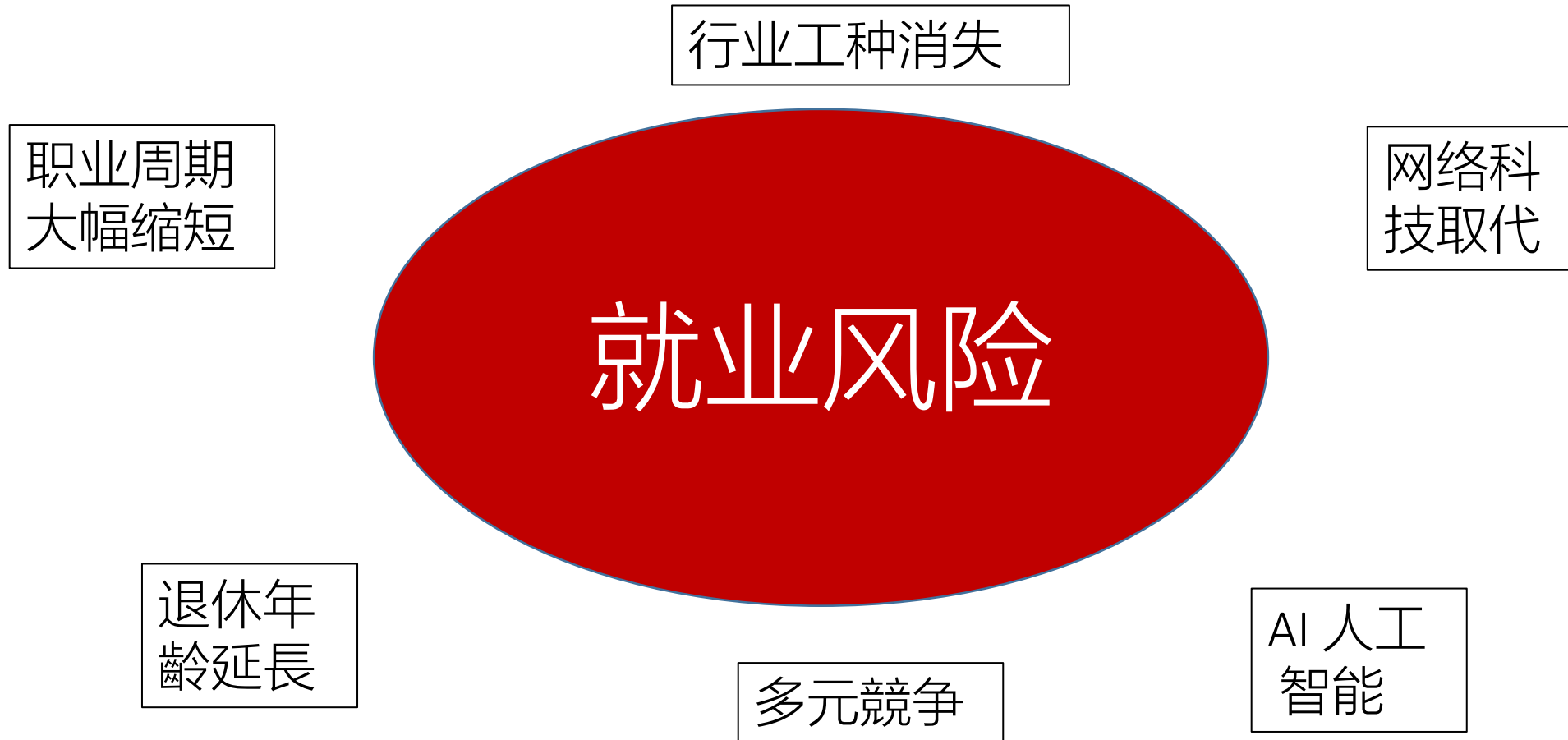
不過，企業傳承除了股權、規章外，接班人的能力也是一大關鍵。資誠調查顯示，44%的台灣家族企業掌權者未來會把企業管理權交給子女或家族成員，但是在子女能力養成不太重視「外部專業機構歷練」，執行程度只有24%。



←「資誠2019家族企業論壇暨台灣家族企業傳承調研報告發表會」22日舉辦，國發會主委陳美伶（右二）與資誠聯合會計師事務所長周建宏（左二）互相握手致意。

圖／王德為

最新及最重要风险



新冠肺炎下的三个史无前例的风险



健康与生命风险



财务与金融风险



就业的风险

谁能最有效的帮助人们面对这三大风险？



業務員的職責

業務員最重要的職責是什麼：

1. 和風險賽跑, 看誰先進入客戶的家
2. 和風險搏弈, 不讓風險趁虛而入
3. 和人性拔河, 不讓僥幸心態滋生
4. 和物慾搏鬥, 克制不必要的消費

業務員每天都在城市的前線
奮鬥, 為千萬家庭達致:

- . 生得瀟灑
- . 老得尊嚴
- . 病得豁達
- . 走得無憾

我做保險我驕傲

保險的基本關鍵概念

Pooling
(共享共承擔)

Probability
(概率)

Risk
風險概率

**Investment
Return**
(投資回報率)

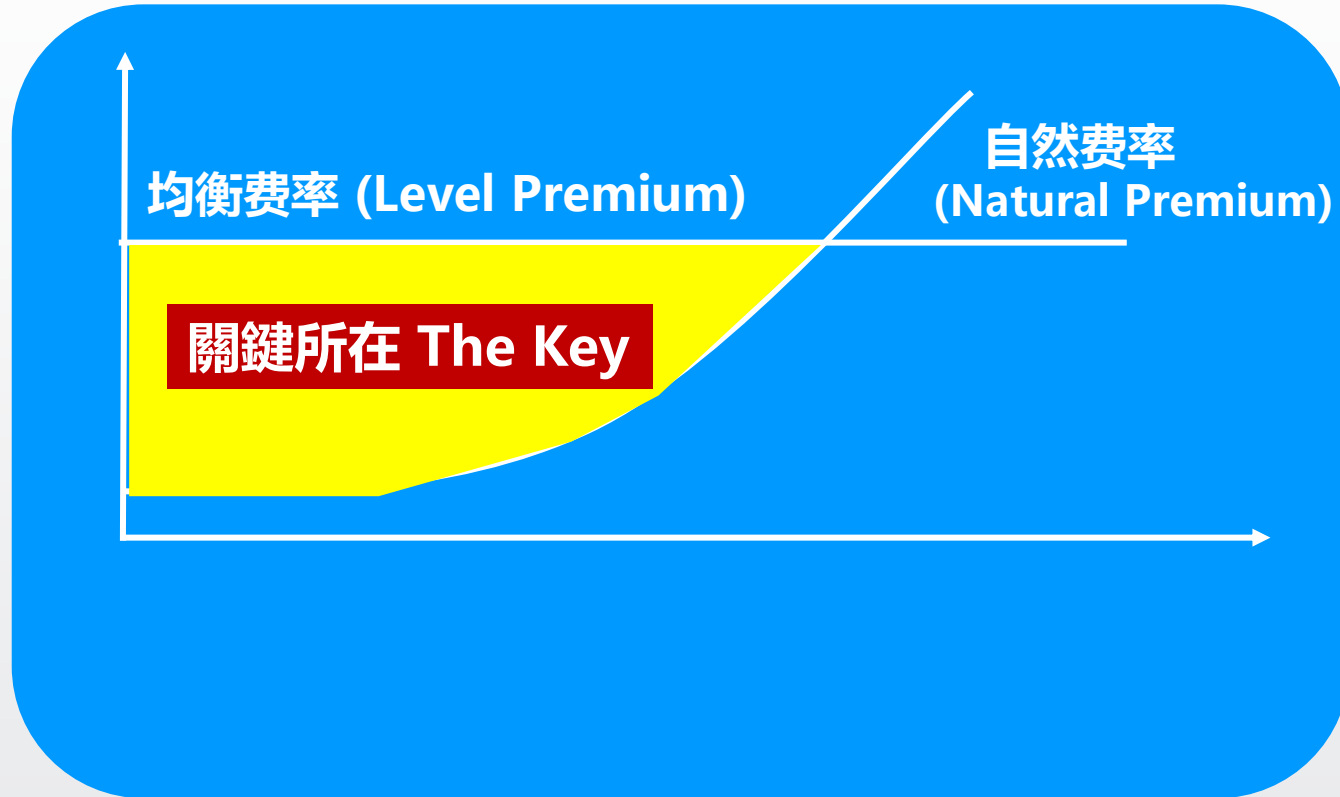
Expenses
(費用率)

保險無以倫比的本質 The Unique Nature

因為以下的本質讓保險獨一無二

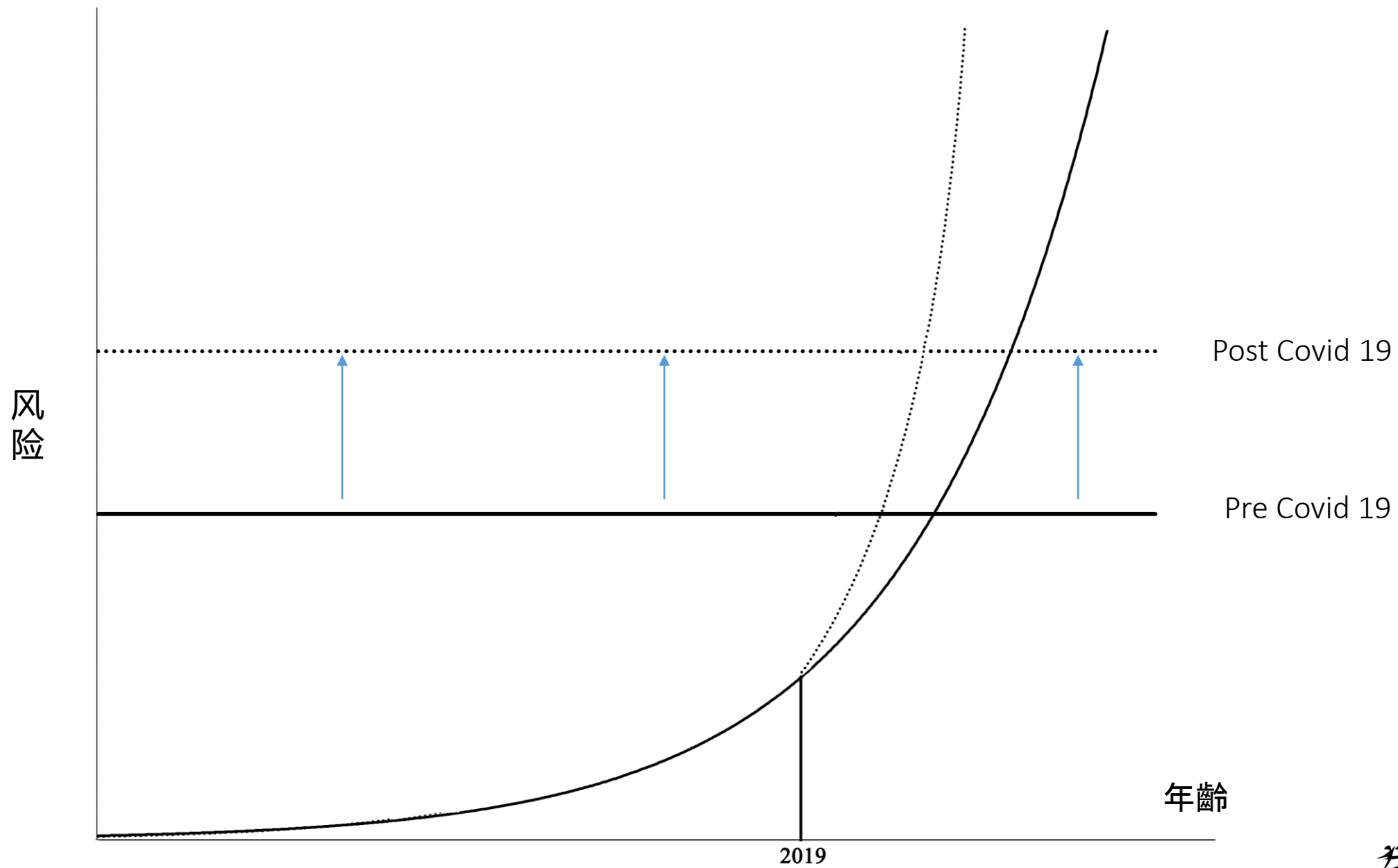
1. 強制儲蓄 (Force Saving)
2. 自我完成 (Self Complete)
3. 保證保障 (Defend)
4. 輕鬆有效 (Effective)
5. 互助互補 (Pooling)

○ 保險如何運作 (How LI Works)



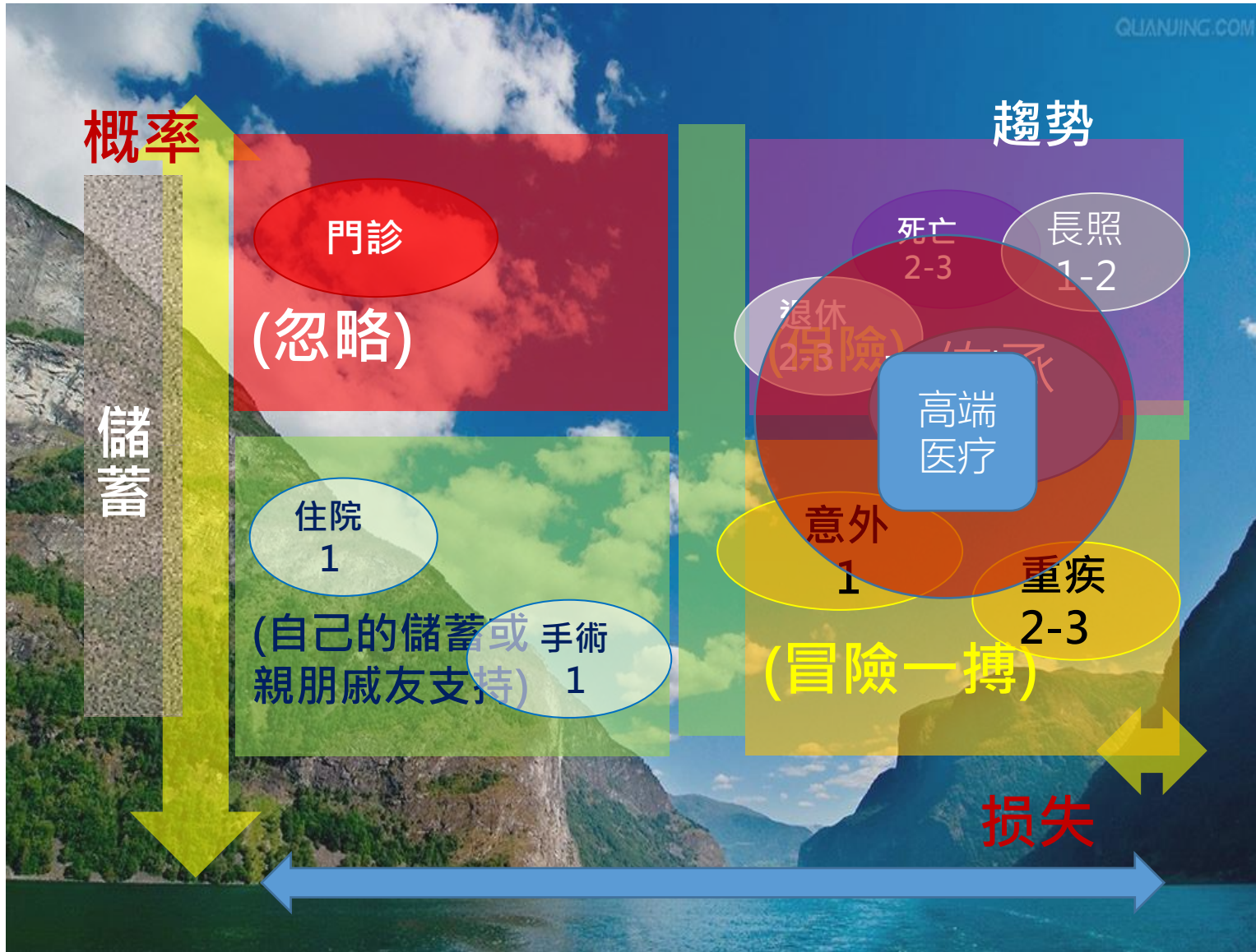
所以客戶可以選擇
Choose

- 租貸 (Rent)
- 購買 (Buy)
- 投資 (Invest)



人生損益表

企業市場



超越保險的客戶體驗額外價值

海外專家醫療
名校高等教育
健康養生護理
老年照護善后

這張圖最核心的意義是什麼?: 客戶體驗及深耕

保險“保險”嗎？



它應該是最合理,穩健及安全的产品之一, 因为:

1. 保费的制定是通過長期實際的經驗反復推敲而擬定
2. 所有费率必需由监管當局檢驗及核準
3. 由眾多合格的專業人士計算鑒定
4. 嚴格的由监管當局及IRC(Internal Audit, Risk & Compliance)審控
5. 每一單均由業務員及核保員把關
6. 承保后有完善及系統化程序監管



迷思 VS 正思

- 1 保險公司所收受的保費並不屬於保險公司的錢. 保險公司只是代客戶管理及處理
- 2 每個客戶都應遵守至高信用原則 (Utmost Good Faith) 因為每一分都是大家的
- 3 太過激進的產品未必是好, 因為保險是一份長期的承諾, 要能經得起時間的考驗
- 4 寬鬆的核保是對健康保客的不服責任
- 5 不嚴謹的理賠對所有人都不公平
- 6 保障及長年期為主
- 7 業務員的每一分收入都是正道要心安理得 (Per contact, Intangible, Pro-active selling & Long term service with expenses)
- 8 低產能津貼高產能

3 R 及 12:12:12 原则

完整的產品概念

Right Protection
Coverage

合適保額

3R
principle

合適類型

Right Plan

合適保費

Right Premium Amount

保障設計考慮因素

Criteria for Protection Plan Design

12 : 12 : 12

- 年收入的12%
(annual Income)
- 12年生活费的保障
(12 yrs Living Expenses)
- 12個產品組合
(12 Products Mix)

合適的保障額

您及家人的年度開銷 : RM _____

x) 8 至 12 倍 : RM _____

-) 儲蓄 : RM _____

-) 退休金 : RM _____

-) 現有保險保障 : RM _____

+) 貸款 : RM _____

+) 其他債務 : RM _____

+) 醫療儲備金 : RM _____

+) 其他未來重要支付 : RM _____

總保障需要 : RM _____

請問在現有保障額度到總保障額度的缺口之間您想先填補多少？

合適的保障類別

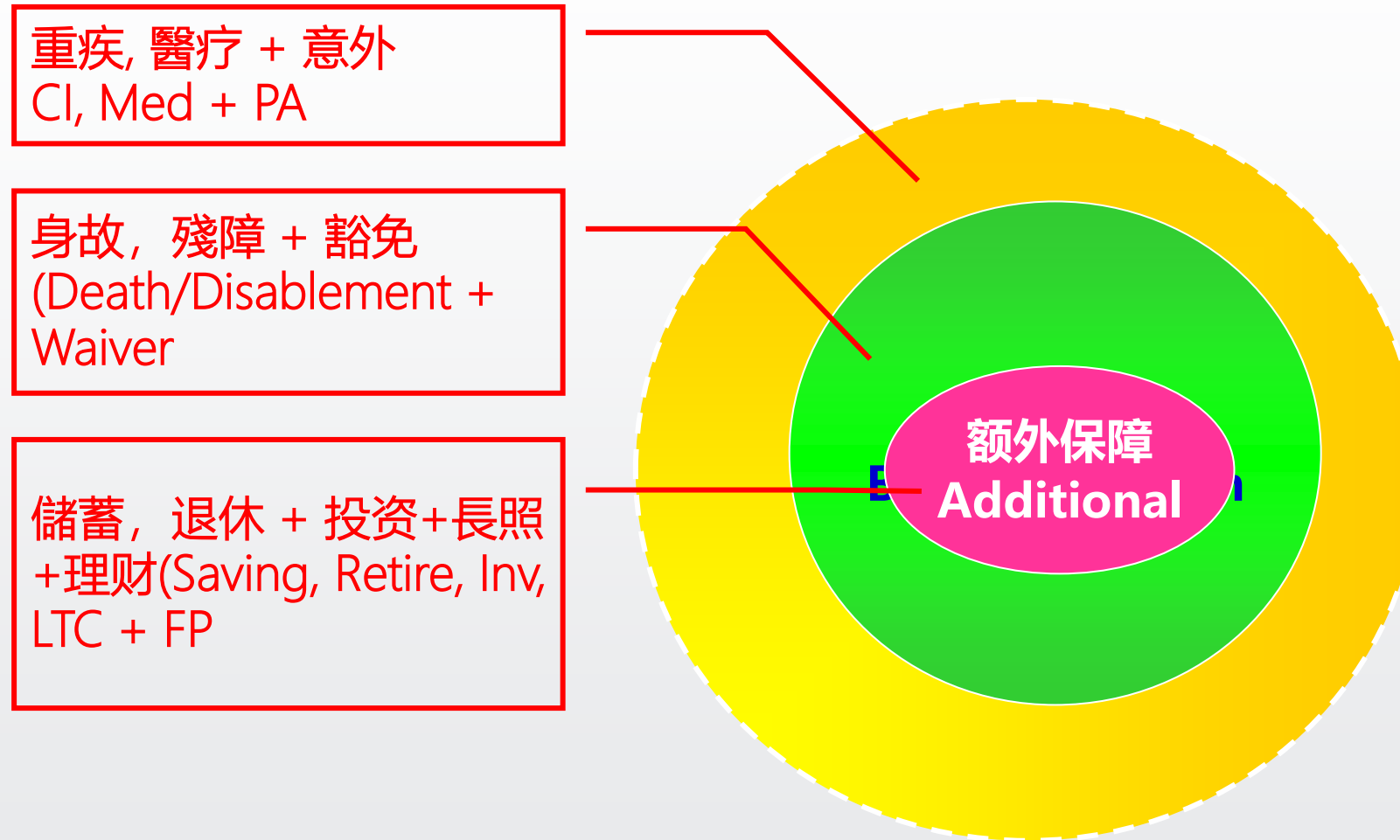
一般大眾

	打勾	額度
(a) 身故保障	()	RM_____
(b) 殘廢保障	()	RM_____
(c) 重疾保障	()	RM_____
(d) 住院保障	()	RM_____
(e) 手術及護理保障	()	RM_____
(f) 個人意外保障	()	RM_____
(g) 失能收入保障	()	RM_____
(h) 保費豁免保障	()	RM_____
(i) 退休保障	()	RM_____
(j) 長期照護保障	()	RM_____
(k) 年金	()	RM_____
(l) 理財類	()	RM_____

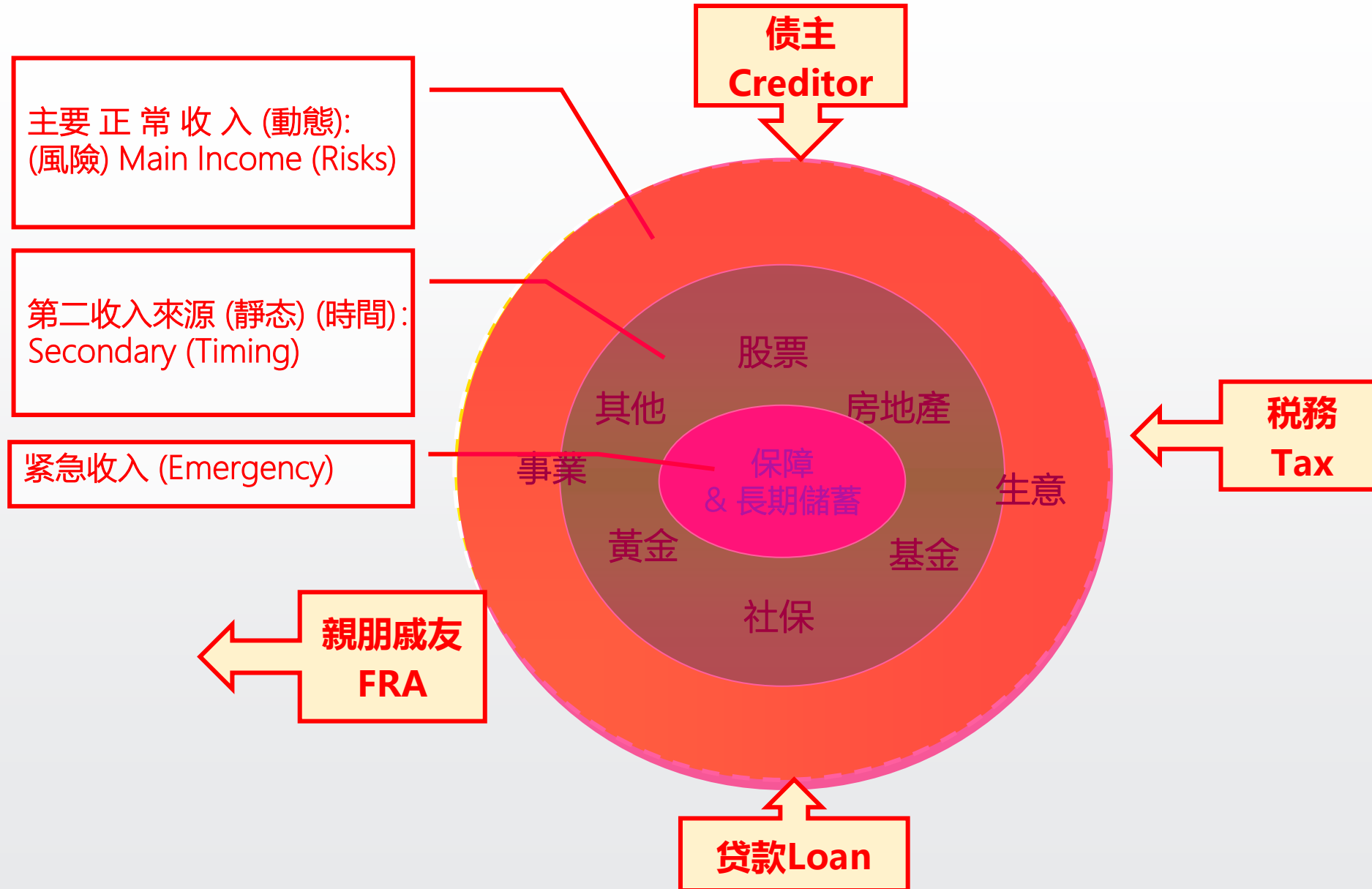
高端客戶

1. 資產保值計劃
2. 資產增值計劃
3. 傳承計劃
4. 關鍵人計劃
5. 合伙人互保計劃

個人保障計劃 (Personal Protection Plan)



個人財務规划 Personal Financial Planning





重要概念

- 1 保险是選擇品而保障是必需品
- 2 保障並非免费的
- 3 每張保單都需要一群人來服務，管理及行政處理，因此需要支付費用
- 4 保險公司收繳的大部份保費均屬保客的，所以好的保險公司要謹慎處理費用及理賠
- 5 投資所取得的利潤會根據當地的保險法分配，而通常大部份歸保客
- 6 代理人所獲得的佣金與利益均是其勞心勞力付出所得。受之無愧
- 7 佣金的支付其實分為尋找准客戶：成交：服務。成交的比率是最小
- 8 重覆銷售帶給業務員最高的成效最高的利潤率
- 9 在理財規劃中，資產/財富保障是四大板塊中最核心最重要的部份
- 10 Insurance is not just to buy but to apply (Every case needs underwriting)
(保險並非是誰要買都可以而是要申請的)

我是龍獎得主 我邁向五百強

PART

2

**Attitude
(心態)**

Note: This program do not intend to cover the common knowledge that Premier Academy will do



Contents © Tan Kar Hor 2018

Attitude: 新人應具備的心態

專業精英的心態

SW

Some Will buy

有些人會買

SW

Some Will not buy

有些人你怎麼講都不會買

SW

So What

又如何



NEXT
下一位

SEE The People
(見人)

Love The People
(熱愛我所見的人)

Protect The People
(為他們護航)



保險業的与眾不同的精彩

保險行業 - 矛盾体

- 1 沒事發生時它輕若毫毛只一纸合约，一旦有事時卻重若泰山，是一世的守護
- 2 不相信它的人對它不屑一顾，相信它的人视它如珍如寶，擁有了它才能安枕無憂
- 3 還沒簽約時客戶视代理人若仇敵，一旦簽約卻视代理人如知己，甚至可以把自已最大的隐私托付
- 4 還沒購買時對代理人避之則吉，一旦購買卻期望代理人能陪伴一世
- 5 沒事發生時總嫌買得太多，有事發生時總怪代理人賣得太少
- 6 總是覺得代理人賺得太多太容易，但卻總從不願意讓自已的孩子加進去
- 7 購買前總是不願花多點時間去了解買的是甚麼，購買後總覺得代理人解釋得不够
- 8 沒事時總覺得代理人承諾的服務是多余，有事時總對我們的服務覺得不足要更多



保險業的与眾不同的精彩

- 9 很多人因為自由而被吸引加入這行業，但也同樣因為這自由而離開
- 10 大家都同意做保險是自我創業，但絕大部份保險人卻用打工心態來作業
- 11 這個行對非常注重個人業績，但卻比任何行業更重視團隊合作，抱團取暖
- 12 我們每天都和同業在競爭同時又常常和同業分享成功心得
- 13 我們都知道在金融業我們的優勢是保障和長期儲蓄同時這對所有人都最有利，但每一年行業銷售最多的卻是短期的非保障產品
- 14 我們常常告訴別人我們的收入無局限，但卻常常給自己設限
- 15 我們這行業非常簡單但卻因為它的簡單而變得不容易

身為領軍人你的職責就是如何在矛盾中指出正確的方向



正確的心態

大慈悲 · 大智慧

保 險 十 八 个 真 相

只有在获得{真相}才能心无罣礙，全力以赴，成就千秋事业



降龙十八掌

第一式 亢龙有悔

我不要投保

不论您要不要投保，
其实你已投保了。
只不过
是由保險公司承保
还是由自家的“保險有限公司”承保。因為發生事故需
要錢時總得有人要给。

但問自己四個問題：

1. 在財務上保險公司和您自家公司比較, 誰比較財雄力厚?
2. 誰能平較有能力管理好風險?
3. 誰比較有把握即時拿出一大筆錢?
4. 若可以選擇您會選花誰的錢?

我不要给保费

飞龙在天 第二式

不论您要不要给保费，
迟早总得要给。

只不过是现在自己给，给少点，
或将来给，给多点，

再不然当须要别人帮你给付时，
那可得傷筋動骨多给好多倍。

我不想買

第三式 见龙在田

更多时候，
寿险不買白不買
買了有事不后悔
買了没事當儲蓄賺到幾十年的安枕無憂，心靈上的安寧还有什么比這個更有价值的嗎？

我擔心繳保費是問題

第四式 鴻漸于陸

其實繳保費不是問題，
不繳保費才是大問題

要是每個月繳三幾千塊是問題那若需要幾萬或幾十萬
的話是否問題更大呢？

小問題您自己想辦法解決，大問題就交給我們如何？

第五式 潜龙勿用

買保險不划算

其實很多人弄不清買保險到底要划算还是不划算

買保險最划算是現在買然後即刻發生事情，
付出最少拿回最多，最划算

最不划算是買了之后健康長命百岁没事發生，付得最多

但是仔细想一下，買了划算但对家人就未必划算呀！

買保險划算就是不划算，不划算才是真正划算。
所以到底您要划算还是不划算？

總的来说有買就有划算

第六式
潜龙勿用

保險應該給誰 (一)

沒有錢人需要它, 有錢的人更需要它

超有錢: 遺產稅, 慈善基金, 傳承, 資產保值

生意人: 貸款/融資遞消 (mortgage/loan cancellation),
合伙人互保(Partnership), 關鍵人保障(Key Man)

一般人: 收入替代, 稅務規劃, 資產增值, 意外醫療保障,
理財規劃

沒有錢人 : 緊急儲備金

想成功的人: 絕佳的自我創業途徑

**莫問前方有路無,
天下誰人不需君?**

保險應該給誰 (二)

第七式 利涉大川

单身的需要它，
结婚有家庭的更需要它
当身为单身沒有人依靠你时
也正表明当你有需要时可沒有人好依靠
因此更要自保
當有了家庭有了责任，不是一個人說了算
那更责無旁貸需要更全面更好的保障了

有錢人，沒錢人，一般人，單身，有庭的人，男人，女人，只要有愛心有責任的人都需要保險護航前行

等我需要時才買

第八式 突如其來

保險的特質

當你不需要保險時就必須得馬上買，
不然等到需要時，恐怕為時已晚
極可能已買不了

若可以我們在醫院的緊急病房門口開個檔，保證客似雲來。
我常說清明節就是保險節，若可以再給清明節主人翁三個
要求，百分百其中一個一定是買保險 - 清明時節淚紛紛，
路上行人似失魂，借問保險何處有，牧童搖指太遲矣！

第九式 震惊百里

我要慢慢考慮，怕買錯

有時買也錯，不買也錯。買的話即使錯是小錯，不買或遲買的話，一旦有錯可是大錯。

小錯你自己可以應付，大錯谁来帮你解决呢？

再说即刻買即使有錯不過是把現下的消費挪到未來，就這麼簡單

很多时候试错的代价並不高，錯失的代价可能会一失足成千古恨

第十式 或跃在渊

没必要，有事靠國家政府

今天大部份的國家社會，從來不缺錦上添花的錢，最严重缺乏的就是雪中送炭的救命钱。

靠山山會崩，靠樹樹會倒，靠人人會跑，靠政府只能得少少最可靠還是自保
因此每个人有必要为自己准备一笔緊急及養老储备金

天灾：日本几年前的大地震保险支付了2.6万亿日元/2066亿人民币
過去三年在中國保險每年理赔额均超一万亿人民币

养老：中国目前拥有近2亿60岁老年人。若平均每人每个月开销2,000(一年24,000)，中国每年需要准备近5万亿来应付养老问题。以醫療年漲8.5%來計算，九年后國家需要十萬億。

國家最重要的責任及資源應該關注在發展而不只是應對年老問題。所以自保是每個國民應盡的責任

第十一式 双龙取水

我不想花錢買保險

買保險不是花钱，而是更有效的儲蓄

- > 一般儲蓄：先存后制造(save and create)，戰戰兢兢，如履薄冰
 - > 壽險 - 先制造后存(create and save)，一步到位況且把錢存在別的地方，能否做到以下三點：
 - 二十年，每個月不間斷的存
 - 二十年，絕不動用已存的款項
 - 面對病，死，殘及債主，皆能完成存錢的目的
- 而保險卻能让你更有效的達成以上三項

今天您想買一屋子，發展商 A 告訴您，可以分二十年給，但只有給足了您才能入屋居住。發展商 B 告訴您，同樣可以分二十年給，但是一旦您交了第一個月的付款，您就可以馬上入住。您覺得那個會比較好呢？

終日乾乾

第十二式

很多人不想買保險

您的想法沒錯,很少人会愿意买保险,
但绝大多数的人不介意拥有解决他们所面对问题的方案。

所以今天我不是要您買, 而是和您探讨保險所提供的方案能否解決您可能面對的問題。所以業務員不要賣而是要用 **UFO** 銷售三部曲:

U : uncover the problem (发掘问题)

F : Fix the needs (鉴定需求)

O : Offer Solution (提供方案)

很多業務員在遇到客戶時, 第一時間馬上把產品拿出来. 當客戶沒有發覺自己的需要時, 產品多好多便宜又如何? 反之只要把三部曲做到位, 成交基本上就會水到渠成

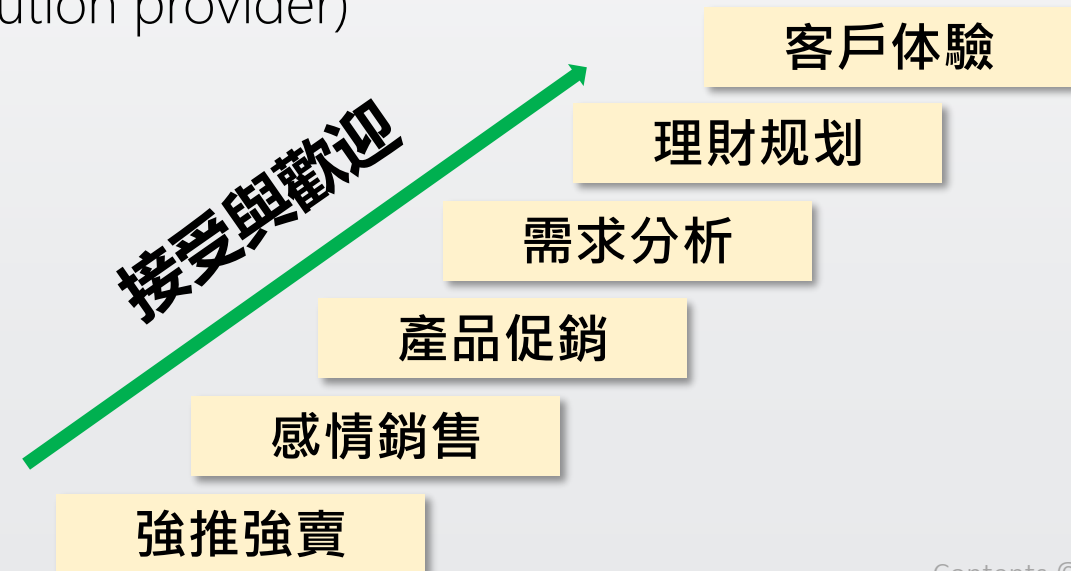
我不喜歡業務員

第十三式 時乘六龍

不論是那個行業，沒有人會喜歡以下的業務員：

- 強推強賣
- 死纏爛打
- 不知所云
- 打感情牌

而不是提供解決問題方案的專業提供者
(problem solver or solution provider)



第十四式
密云不雨

我已有足夠的保險

在市场上 80% 的代理人不是很了解自己卖的是什么保单
而更甚的是超过 90% 的客户不很清楚自己买的是什么保单。
因此市面上普遍都是“不夠完整”的单。

更何況每一年隨著新的狀況會有新的風險產生，同時每一年也有更先進的產品配套出来

所以您可以不買但每一年一定要做一次保单檢測就好像每一年一次的健康檢測。有缺則補，無缺則安。

第十五式 损则有孚

我要認識很多人才能成功

身为营销员你并不需要很多新客户。不論“古今中外”拥有并服务好200-250个客户已可让你终身受益无穷。擠入社會精英群有幾個常被業務员忽略的數據:

每個客戶本身一生需要至少八到十張保單(3-4 張純保障死及殘保單, 2-4 張大病醫療單, 2-4 張理財養老單及1-2張長照)

平均每三到四年就有加保的需求

每個客戶一生周圍可轉介紹至少十到十二個客戶

您現在成交的客應該有四成是通过轉介紹認識的

業務员成功的關鍵 -

1. 和客戶一起成長
2. 系統化的跟进
3. 有效的服務
4. 持续的索取介绍
5. 深化關係

沒信心面對高層次客戶

第十六式 龍戰于野

不論客戶學識背景如何，在壽險你肯定比他們略懂一二並且有他們切身需要的方案提供

保險是一門專業行業，不是普通常識即可了解

每個業務員上崗前至少要接受幾十個小時的專門知識培訓，若是業外的人，不論什麼背景不可能懂得那麼多。

因此要對自己有信心，絕對的信心。除非自己上課不用心，不學習

每個人一生都需要好的六師才能一生無憂：老師，醫師，會計師，律師，生命導師及理財規劃師。而六師中，對理財規劃的需求最頻及最長久。所以不要妄自菲薄。

需求

第十七式 履霜冰至

永遠記住,人们对购买保险的需求远远比营销员要卖的需求来得高很多

即使銷售成功, 業務員賺到盡也不到一年的保費, 還要付出頗多費用

若不買而有所發生, 家人損失的可是幾十倍的年保費。孰重孰輕呢?

所以我們的底氣要足, 要有自己的尊嚴及行格

我不相信保險

第十八式 群龙无首

不論你们相信不相信寿险，
在亞州，在可预见的未来，它将会以高個數甚至两位數的增速前进。
它不会因为你一个人不相信，不愿意買或不愿意賣就停滯不前。
不論在亞州的那一個國家，總有一天投保率會超過100%

有几點值得大家思考，一個全世界各國都有的行業，存在了两百多年还是歷久彌新，同時越成熟越先進的市場買的人越多，您還有什么理由不相信？到底是人家不想買还是不想和你買？

銷售心里學最關鍵的元素

(The key Elements Of Psychology Of Selling)

- 1 銷售無時無處不在 (Nothing can do without Selling. It Happens Every Where & Any time)
- 2 沒有銷售不了的東西，只有不懂客戶需求的業務員 (Nothing Is Unsellable. Only the agent unable to identify the needs)
- 3 成功的銷售從來都是感性多過理性 (Successful Sales Is Always More Emotional Than Logical)
- 4 沒有失敗的銷售人員，只有放棄的銷售員 (There is no failure until you give up)
- 5 銷售的重點不是結果而是過程 (Process Is More Valuable Than just the outcome)
- 6 有效的銷售著重在關鍵的四步曲 UFO-F (Effective Selling Focuses On UFO-F)



銷售四步曲： UFO - F

技巧的 **問**



Uncover The Problem (發掘問題)

用心的 **聽**



Fix The Needs (鑑定需求)

仔細的 **說**



Offer Solutions (提供方案)

**Follow
Up**

系統**跟進**

要把這個程序做到位，一定要對保險及其功能有充份了解及認識

我是龍獎得主 我邁向五百強

PART

The Skill (技巧)

Note: This program do not intend to cover the common knowledge that Premier Academy will do

The SEE Sales Cycle (简单, 容易, 有效)



深耕服务



客户体验





新業務員在技巧上必須做好準備的地方

1: 沒有; 2: 偶爾有; 3: 有時有; 4: 大部份時候有; 5: 時常有

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. 你有足夠的準客源嗎? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. 你時常有至少一百零八個準客戶在手嗎? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. 你經常都會盡力的獲取準客戶的資料背景嗎? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. 你的準客戶接觸有效嗎 (接觸：呈現) ? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| (3 : 1 = 5; 4 : 1 = 4; 5 : 1 = 3; 6 : 1 = 2 ; > 6 : 1) | | | | | |
| 5. 你的接觸是否專業嗎 ? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. 你的接觸系統化嗎 ? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. 在做銷售呈前有否先了解準客戶的需求? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. 在獲取客戶資料時, 是否經常轻而易举? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |



新業務員在技巧上必須做好準備的地方

1: 沒有; 2: 偶爾有; 3: 有時有; 4: 大部份時候有; 5: 時常有

9. 有沒有用固定的模板收集資料?	1	2	3	4	5
10. 你是否擁有系統化的銷售呈獻技巧?	1	2	3	4	5
11. 在呈獻時是否有運用輔助工具?	1	2	3	4	5
12. 在去呈獻前有否預先演練?	1	2	3	4	5
13. 你能否輕易的化解異議?	1	2	3	4	5
14. 你是否能有效的促成(Closing)?	1	2	3	4	5
15. 你是否能有效的避免和準客戶爭執?	1	2	3	4	5
16. 你能否輕易的獲取保費?	1	2	3	4	5



新業務員在技巧上必須做好準備的地方

1：沒有； 2：偶爾有； 3：有時有； 4：大部份時候有； 5：時常有

17. 你是否經常自覺性的銷售保障型產品？	1	2	3	4	5
18. 當銷售投連或理財產品時有否提及風險？	1	2	3	4	5
19. 你是否擁有一套系統化的轉介紹方法？	1	2	3	4	5
20. 你是否有系統化的準客戶及客戶管理系統？	1	2	3	4	5
21. 你是否對保險行業的未來有信心？	1	2	3	4	5
22. 你是否時常專注於提供方案而不是產品？	1	2	3	4	5
23. 你是否擁有基本的保險保障？	1	2	3	4	5
24. 你是否已向自己的親戚好友分享了保險的重要性？	1	2	3	4	5

總分：

IDA缺口：



○ Prospecting 3S (OAL + D-2 Sysytem)

Survival
(生存)

Success
(成功)

Sustainability
(持續)

D ____

D ____

業務员的五行客源

重复销售(**金**)
Repeat Sales

01



转介绍(**水**)
Referral

03

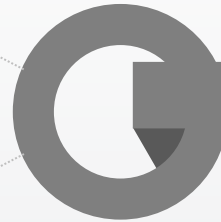


转介绍中心(**土**)
COR

05

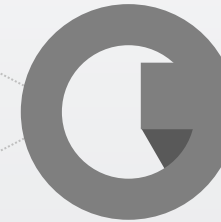


02



个人接触 (**木**)
(Personal Ob/
Self Media)

04



缘故(**火**)
(FRA)

缺一不可

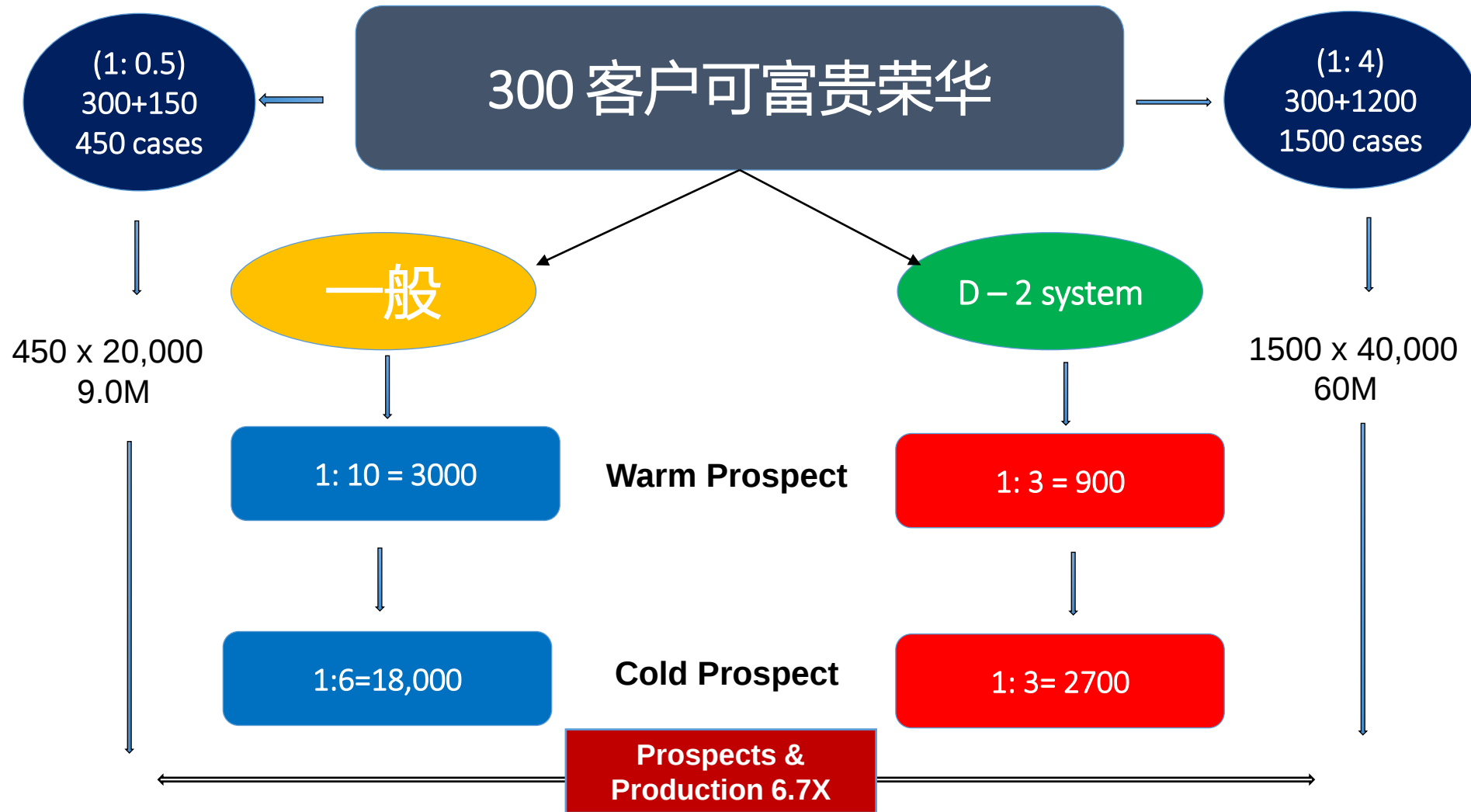
不同類別的准客戶

跟据以下兩個元素, 準客戶可分為四大類別:
Contact (可接觸) & D.O.B (生日)

- 1 Suspect** (陌生人): No Contact & No D.O.B
- 2 Cold Prospect** (冷準客戶): With Contact/Willing to & No D.O.B
- 3 Warm Prospect** (溫準客戶): With & Willing to Contact & D.O.B
- 4 Hot Prospect** (熱源): Existing Clients

1. 任何時刻108個 : 2 – 4
2. 35% : 25% : 40%
3. 客戶是最好的源頭

拓客(开拓准客户)



D-2 System 的核心概念



1. 是业务发展系统而不是业务记录系统
2. 它不只聚焦在准客户同时也包含现有客户
3. 所有所能接触到的人包括现有客户都是准客:
 - . 名单(suspect): 接触不到或不想接触也没生日日期 - 100 : 1
 - . 冷准客户(Cold Prospect) : 可联系但没生日 - 60 : 1
 - . 暖准客户(Warm Prospect) (可联系也有生日) - 15 : 1
 - . **热源(Hot Prospect) : 现有客户- 3/4: 1**
4. 每一年有几个重要的日子在接触客户时可提升成交率
5. 大部分业务员阵亡是因为缺乏安全感及不确定性
6. 在今时今日,很多人还是有错觉,在这一行要认识很多人才可以成功
7. 同时成交率很低,拒绝率很高也是一个迷思 (当下成交: 10%-15%, 90天跟进: 10%-15%, 24个月有效跟进 : 20% - 25%). 关键是有否有**坚持系统化的跟进**.



4 个关键日



C.I Survey Form

DOB All : Oct /Aug

W.A : June /Apr

Life Style Survey

销售

- 销售重点:
1. 保费提高
 2. 风险系数提高
 3. 优质保单退市

- 销售重点:
1. 至珍贵守护
 2. 打折的钱

P.A : Jan /Nov

- 谈话重点:
1. 兑现承诺
 2. 提供讯息
 3. 转介绍

- M.E : Dec /Sept
- 销售重点:
1. 确保来得及投保

招募

R
E
F
E
R
R
A
L
S

S. Referral Card

R. Referral Card

接觸 #1：重疾調查表

陈先生您好：

近期我们在幫公司做一项**市場調查**，想了解馬來西亞人對重大病症/退休/理財的認知以便能夠幫新加坡人更好的**面对**這日趨嚴重的**民生問題**。

能否给我**六分鐘**的時間回答**九個簡單的問題**？六分鐘后除非您想要更深入的了解這個課題，不然我會**即刻结束**，不會再進一步的談下去。

您介不介意我**现在就開始**？



接觸 #2: 開門見山

陈先生您好:

我最近刚加入XX從事自己的**專業營銷事業**

當我告訴一些認識的人時，有一部分人會覺得有些**不自在**，不知您是否也會有**這樣的感覺**? (如果答案是：不會呀，那就可以馬上切入；若答案是：还真的有一些或笑笑不答)

這就是為什麼我今天來見您並且**開門見山**，我不想因為有所**隱晦**而造成往后我們的關係會有所影響

今天其實我只需要您四到六分鐘的時間，允許我做一份關於XXX人對重大病症/退休/理財的認知的調研

在四到六分鐘后，要是您覺得我所提供的方案及服務对您及家人**暫時沒有太多的價值**的話，我向您保證我不會再繼續談這個課題，除非您要我接著談下去。

您覺得可以嗎?



接觸 #3：銀行

陈先生您好：

介不介意問您一個簡單的問題？

若今天您需要出一趟為期不短的遠門，比如十到十五年

在這段時間您無從聯系家人

請問在还没啟程之前，您會為家人做的最重要準備是什麼？

(99% 的答案是錢。若不是的話，你可以引導：您覺得為他們準備一筆足夠的生活費重要嗎？)

若是如此您會建議家人把錢存在那兒？

(99% 的答案是銀行)

為什麼呢？

(99% 的答案是因為安全)

假如今天有一個地方能提供更安全，要有效同時又能夠自我完成的方法，您為了家人的利益，您會否願意花八至十一分鐘來了解一下？



接觸 #4: 10 : 15 法則

陈先生您好:

您認為对一個普通的工作人士而言，大约需要花多長時間才能存**一百万X币**
(10 - 15 年?)

您是否同意當**CAD**(Critical Illnesses-Accident-Disablement)重大事故發生時，可能只需要10 - 15個月，這筆一百万辛辛苦苦存下來的錢就會化為烏有？

若是如此，今天何不给我**10 - 15**分鐘，讓我展示给您看如何能輕易而有效的保護這花了**10 - 15**年辛辛苦苦存下的血汗錢？

我保证在**10 - 15**分鐘后，要是我展示的方案您覺得對您沒有太大的價值，我會即刻停止談下去，除非您愿意讓我繼續談下去。

您覺得可以嗎？



接觸 #5： 风险系数检测

陈先生您好:

在近期新冠疫情的影响下,其实很多人都很担心健康问题.特别是因为健康问题所引起的费用问题.但是由于预算的因素,很多人都犹豫不决是否需要即刻买或者可以延迟一些才买.

对于这个决定其实谁说了都不算,而是您自己目前的风险系数有多高,才是最关键.以其举棋不定,倒不如今天就给我 4 – 6分钟的时间做一个有效但很简单的风险系数测试,过后您才决定几时要买,好不好?



接觸 #6：事故发生的担忧元素

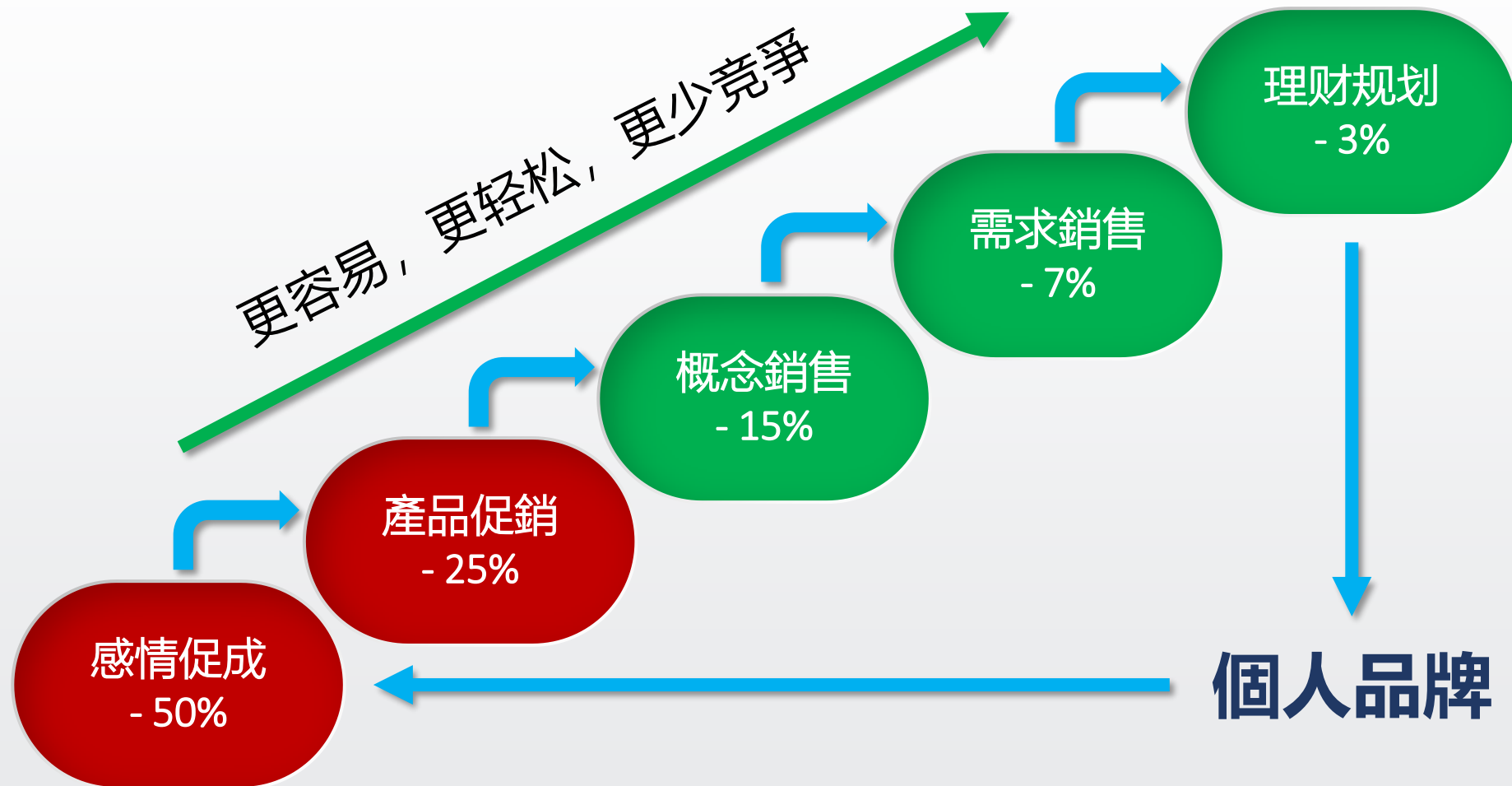
陈先生您好:

很多人对于不确定的突发事故发生总会有不同程度的担忧对吗? 但很多人卻不是很清楚的了解这些担忧的来源. 跟据我们多年从事保险的经验, 一般上这些担忧来自三方面:

- . 事故会否发生在我身上 (30%)
- . 发生后所产生的成本 (30%)
- . 对家人的影响 (40%)

对于第一个方面, 当事人只能自己注意, 其他人也没办法帮上忙, 但是第二及第三方面, 通过我们专业的服务, 我们确实可以帮忙当事人更有效的去面对和处理. 与其让自己长期担忧不安, 倒不如今天给我15分钟的时间, 让我帮忙把这70%的担忧去掉. 往后能够安枕无忧. 你觉得呢?

SEE 簡單 - 容易 - 有效概念呈獻法



1. 這五個階段是每個業務員都必經的過程
2. 不要在第一及第二個階段停駐太久
3. 但並非100%可以完全跳脫. 只是比重要逐步減少
4. 到最后和客户關係的維護还是關鍵



異議處理

一些必須關注的事項：

1. 異議与拒绝的分別
2. 造成異議的原因：
 - > 準備功夫
 - > 時機(Timing)
 - > 环境
 - > 氣氛
 - > 情绪
3. 確認異議
4. 創造缓冲時間
5. 面對
6. 行動
7. 促成認知而非認同(不是爭對錯是非)



確認及緩沖

Open Enquiry (開誠佈公)

能否和我分享为什么你会这么觉得/
这么认为.....

Open Paraphrase (重述)

若我听得明白,你的意思是说如果有
錢你就会买,对吗?

Direct Question (直接詢問)

你觉得我给你的建议有那方面你觉
得不大适合你的?

Reposition (重新定位)

我非常理解您的想法, 我很多客戶
一開始時都会觉得如此, 但當他们
听完我解釋/分析/分享之后, 才發
覺.....正是.....的理由



面對

沒錢

沒需要



面對

没信心

不急

保險正念：一些數據 & 實事

其實保險有一些我們不方便向大眾宣說的事實，因為這些事實並不好聽，甚至有些逆耳，但往往忠言就是逆耳呀，只有真正關心你的人才會不怕刺痛你，只要所說的是真正的對你好。

1 我不相信保險

其實保險不是信仰也不是宗教，保險公司根本不需要你相信保險，保險公只需要你知道，一旦年齡到了某個歲數，通過足夠多的經驗值及精密的計算，在100個人中，在未來的一年，就有一个人會離開。對保險公司而言，這是百分之一，但對你家人及你的生意，那就是百分之百。所以你可以不相信保險，但卻不能夠不相信這精算數據。

2 我沒有錢買

那我們也沒辦法呀。保險公司不是放貸公司也不可能借錢給你，而且身為業務員，我的責任是為你提供面對風險時最有效的善後方案但購買方案的錢你可得自己去考量了。就好像醫生是提供最好的醫療方案，律師提供你最佳的法律意見，學校給你孩子最優質的教育系統，但費用的問題可沒有人能幫你解決。其實撫心自問，真的是錢的問題嗎？還是消費順序的問題。因為大部份人總是把保險放在最低的順序，所以才會覺得沒預算買保險。若願意調整消費順序，總能挪出一筆費用來買吧。而人們把保險放在低的順位講白了，就是還沒有把責任放在心上，把它看得那麼的重。所以這是客戶的問題，我們大可不必為他那麼操心。

保險正念：一些數據 & 實事

3 我不喜歡保險

這可以理解，因為保險是讓你安心但不是讓你喜歡。保險本身就是因為風險而衍生。

所以一談到保險自然就必須談一些比較嚴肅及沉重的問題，所以很多人會選擇躲避，無可厚非，就像很多人尊重醫生，但未必會喜歡去看醫生和醫生談身體上的一些問題如出一徹。所以我們也不必太在意。只不过我們必須誠懇的告訴大家，你喜歡也好不喜歡也罷，該談的也得談，該講的也得講，生，老，病，死，失能失智，傳承，这几座大山，誰也攀不過，總得選一個有效的方案來面對。

這和喜歡不喜歡毫無半點關係，而是重不重要才是關鍵點。買保險又不是小朋友在玩家家酒，我不喜欢你所以我不和你玩，這是有擔當成年人對家庭的一個責任，是一個必須深思熟慮，少些把情緒帶進的決定。所以當我一听一些成年人說我不喜歡保險所以我不買，我真的無言以對。

記得告訴客戶：今天你選擇保險，將來是保險選擇你。40歲以上的 30% 要體檢，50歲之後百分百體檢而 30% 買不了。60歲以後只有 30% 可投保。這就是很多人不知道的保險 30% 定律。

保險正念：一些數據 & 實事

4 我不相信業務員

你是不相信這個業務員本身還是業務員這個身份？若你是前者那這和保險沒有關係，你可以找一個你信得過的，但若是後者的話，那只有兩個選擇，一是自己加進來做業務員，相信自己，二是相信有法律約束白紙黑字的合約，自己費神一些仔細的了解條款。反正你總是需要買。

其實客戶應該注重的不是業務員說什麼，怎麼說，而是白紙黑字的合約是怎麼寫，怎麼定義。因為接下來的一切事務都是以合約的條款為最後依據。業務員的責任是幫你設計，幫你讲解，幫你服務，最後至於要保什麼，保多少還是得你自己確認。

今天你不和業務員買而是通過網絡買或是和銀行的理專買，也是同樣道理，你要相信的還是合約條款。所以用不相信業務員為不買保險的理由是說不過去的。若用同樣的理由，那任何比較貴重的東西你就不用買了。因為只有簡便的東西可以直接購買不用通過第三者，不然你是規避不了还是需要第三者的幫忙。所以請給業務員百分之一的信任，讓他用行動來贏取你另外百分之九九的信心吧。

保險正念：一些數據 & 實事

5 我不需要保險

只有一种人和在一种情況下是不需要保險的。第一就是那種因為年齡或身體狀況而買不了保險的人。沒有錢是買不起而不是不需要。而另一種情況就是世界大美好，從此沒有生，老，病，死，殘，傳承等問題(風險)存在。

只要這些問題(風險)存在並需要好好的安排及善后，那你就需要一個善后的方案，而恰恰這個方案就叫著“保險”。所以保險只是一個術語，實際上它就是替問題善后的方案，而業務員就是幫你處理善后的人。就好比在一場戰爭，當部隊要轉移時，只有最勇敢及最強的隊員會被留下來負責善后。

所以若你能了解保險是一個風險善后的方案時，即使你自己能解決所發生的問題(風險)但能否比保險更有效呢？就好像不知誰說的，當那問題(風險)需要1百萬來善后而你能毫不費力的拿出一百萬只證明你有錢，但若你可以用一個更有效的方案(保險)來解決的話，那叫善用資源，睿智，何樂而不為呢？更何況可以用一百元來僱用一群專業人士來幫你解決一千元的問題，這不是很好嗎？

促成: Trial Close (叩門)



1. 若繳費您比較傾向年繳或半年繳
2. 現金或轉賬(那一種轉賬方式)
3. 受益人
4. 服務頻率
5. 關鍵資料
6. 保費/保額預算
7. 附加險
8. 生效日期
9.

促成程序: **AIDA** + **UFO**



- **A**ttention (注意力)
- **I**nterest (激發興趣)
- **D**isturb/Desire (干抚/欲望)
- **A**ctions (行動)
- **U**ncover Problems (發掘問題)
- **F**ix The Needs (鑑定需求)
- **O**ffer Solutions (提供方案)

Referrals (转介绍)

1. IDA公認最佳的客源 (The Best Source)
2. 最佳時刻：签约 & 保單遞送 (The Best Timing)
3. 建立及培育正式的 COR (Centre of Referrals-转介绍中心)
4. The R Habit(習慣)
5. The R Method(方法):

**R Method
(方法)**



转介绍話術

若是今天您接到一通很亲近的好友或家人的電話告之您他刚被診斷患上了重疾，幸運的是提早發現，若即刻治疗，痊愈的机率超過八成，不幸的是整個疗程至少要一百萬以上。他知道您會有這筆錢。坦白的若他開口向您借的話，您會全數借給他嗎？

- . 若只借一部份于事無補
 - . 若不借一旦出了狀況，您會有何感受？
 - . 若借出去，這筆錢可能是為了要準備將來孩子的教育費，將來如何向孩子解釋？
- 借也不是不借也不行，挺尷尬的

不如讓我幫您解決這個問題。讓我和他們談一談，我會像我之前和您談的方式很專業的讓他們看到問題及如何有效的解決。談完后要是他們還是選擇不買，一旦有一天他們真的找您借，即使您不借也會問心無愧對嗎？

先從您最親近的家人開始好嗎？





转介绍話術

陈先生您好：我相信您會同意，大部份您所認識的人，在他们的一生中都會有很多保險業務員接觸他們，您同意嗎？

身為我尊貴的客戶，我相信是因為您認同保險，認同我及我給您設計的方案，對嗎？

既然他們將會碰到很多其他的業務員，為了確保他們能像您一樣可以獲得專業的服務，希望您不介意把他們介紹給我。我向您承諾我會堅守以下三件事：

1. 我會如像我給您的服務一般提供他們最專業的建議及方案
2. 如他們選擇不接受我的服務，我會停止接觸他們除非他們允許我繼續下去
3. 我會定時的向您回饋我跟进他們的進展

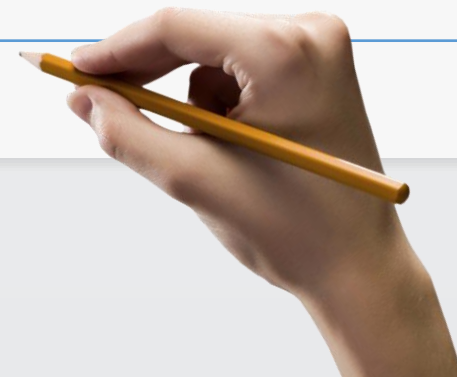
您覺得這樣可以嗎？



Prospecting (客源)

請列出在未來六個月會認真專注帶來新客源的源頭：

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____



我邁向五百強
我是龍獎得主

PART

4

The Habit (習慣)

Note: This program do not intend to cover the common knowledge that Premier Academy will do



Contents © Tan Kar Hor 2018



正確的習慣：讓習慣承載你走得更強更遠

業務員于初期所培養起來的正確習慣將會讓業務員走得更強更遠，一生受惠。一些重要的正確習慣如下：

- 1 專注的參加會議，培訓及活動 (Focus on MAT)
- 2 每天找三個人分享保險的重要性 (Share 3X)
- 3 隨時隨地收集名單，獲取介紹及培育COR
- 4 每周出單不論大小 (Active Week)
- 5 從第一天開始形成每天填寫業務開拓系統的習慣 (Sales Builder/Farming)
- 6 見客戶前做好事前準備 (Preparation)
- 7 優質的成交前后服務 (Quality Pre & Post Sales Activity)
- 8 積極正面的心態 (PMA: The 8 Facts About Life)
- 9 Plan the work & work the plan systematically (系統化的規劃及貫徹工作)





一亩田概念



它并非活动管理系统而是：

业务永续发展的管理及开拓系统，它融合了：

- 客户管理及开发
- 准客户管理及开发
- 增员管理及开发
- 全方位业务经营
- 活动管理及改善
- 时间的精准管理

一亩地概念 (The One Acre Land's Concept)



從入行拿到
執照的那一
刻, 每个业务
员已被赋予
一亩地. 而要
成为主管, 必
须再开拓另
一亩地



成功經營的定義 (The Definition Of Success)



业务銷售(Sales)

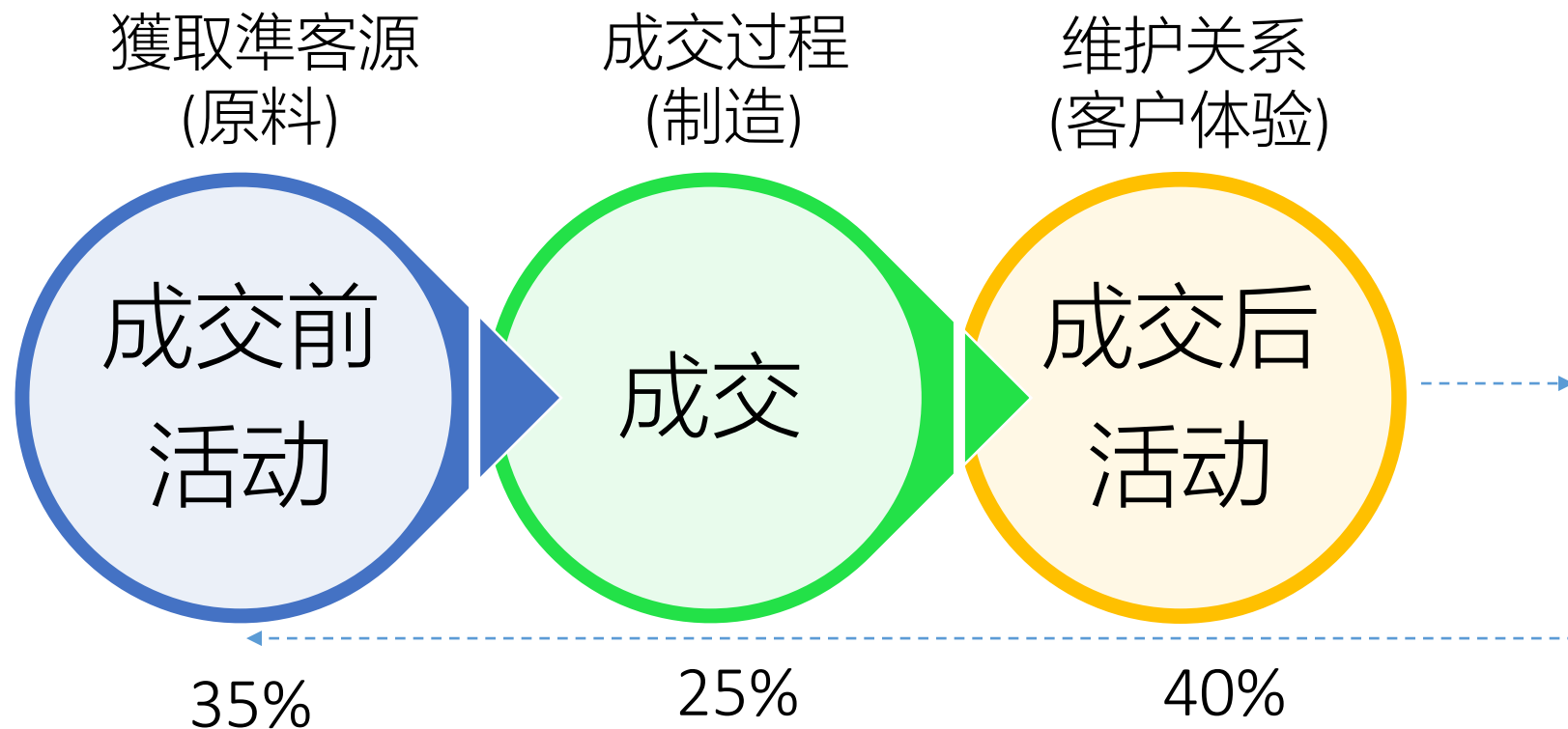


組織发展
(Agency)



团队发展 (Group)

一亩田经营系统的核心原则



传统迷思：聚焦于成交(環二)

- 

不同類別的准客戶

跟据以下兩個元素, 準客戶可分為四大類別:
Contact (可接觸) & D.O.B (生日)

- 1 Suspect** (陌生人): No Contact & No D.O.B (种子)
- 2 Cold Prospect** (冷準客戶): With/Willing Contact & No D.O.B (树苗)
- 3 Warm Prospect** (溫準客戶): With/Willing Contact & D.O.B (成长树)
- 4 Hot Prospect** (热源): Existing Clients (果树)

1. 种子不算
2. 树苗(20%) : 成長树 (50%) : 果树 (30%)
3. 每颗树贴标签



如何經營

- 1 認真詳細的把客源及準客源疏理一遍
- 2 尽力把一亩地種满 500 顆树
- 3 調整好果树：茁長树：果苗的比率
- 4 把焦点放在 A 类的果树
- 5 重点锁在 B 类的果树。若是 A + B 更是重中之重
- 6 若是 E 类要特別處理。把E类归纳出来,努力培育不少于 12 顆 E 果树
- 7 把 F 果树移到果園以完成六十顆
- 8 D 果树给予 90 天的处理期，要嘛移进不然就移掉 (别让不能开花结果的树占去养份或让自己自我安慰)
- 9 盡量把果苗培育为茁長的树然后再变成果树
- 10 运用 D - 2 系统来經營茁長的树及果树。善用幸福有约手册 (演练)
- 11 努力安排寻找好树苗的渠道，平台及活动 (售前:35%)
- 12 如何更好的维护果树 (售后：40%)

1. 检视现有已开花结果的果树

19. _____		20. _____	
21. _____		22. _____	
23. _____		24. _____	
25. _____		26. _____	
27. _____		28. _____	
29. _____		30. _____	
31. _____		32. _____	
33. _____		34. _____	
35. _____		36. _____	

注： **A** - 未来 12 个月可持续开拓； **B**： 高净值； **C**： 一般； **D**： 要移掉； **E**： 可转介绍； **F**： 可增员



2. 检视正在茁長的果树 (可/会接觸, 有生日)

19. _____	
21. _____	
23. _____	
25. _____	
27. _____	
29. _____	
31. _____	
33. _____	
35. _____	

20. _____	
22. _____	
24. _____	
26. _____	
28. _____	
30. _____	
32. _____	
34. _____	
36. _____	

注: **A** - 未来 12 个月可成交; **B**: 高净值; **C**: 一般; **D**: 要移掉; **E**: 可转介绍; **F**: 可增员





3. 检视果苗 (可/会接触)

19. _____	
21. _____	
23. _____	
25. _____	
27. _____	
29. _____	
31. _____	
33. _____	
35. _____	

20. _____	
22. _____	
24. _____	
26. _____	
28. _____	
30. _____	
32. _____	
34. _____	
36. _____	

注: **A** - 未来 12 个月可成交; **B**: 高净值; **C**: 一般; **D**: 要移掉





培育一亩果園

19. _____	
21. _____	
23. _____	
25. _____	
27. _____	
29. _____	
31. _____	
33. _____	
35. _____	

20. _____	
22. _____	
24. _____	
26. _____	
28. _____	
30. _____	
32. _____	
34. _____	
36. _____	

注： **A** - 未来 12 个月可成交； **B**： 值得跟进； **C**： 一般； **D**： 创說会； **E**： 可放弃

我的一亩田: _____

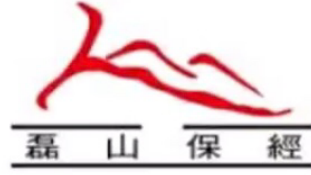


月	总量	果树:长 树:树苗	A	A + B	E	自己F 总量F	产量		
一月									
二月									
三月									
四月									
五月									
六月									

我的一亩田: _____



月	总量	果树:长 树:树苗	A	A + B	E	自己F 总量F	产量		
七月									
八月									
九月									
十月									
十一月									
十二月									

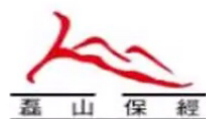


開心農場經營計畫

皆得區

together

TOGETHER FOR BETTER LIFE 在一起 更美好

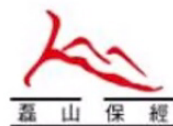


果苗-可/會接觸

姓名	分類	姓名	分類	姓名	分類	姓名	分類

A未來12個月可持續開拓 B高淨值 C一般 D需移除

together TOGETHER FOR BETTER LIFE
在一起 更美好



培育一畝苗圃-招募名單

姓名	分類	姓名	分類	姓名	分類	姓名	分類

A未來12個月可招募 B值得跟進 C一般 D創說會/ODP
E可放棄



© Tan Kar Hor 2018

樂好開心農場

A: 未來12月, 可持續開拓
B: 高淨值
C: 一般

D: 需移除
E: 可轉介站
F: 可增展

○: 已結果的樹 Hot prospect 30%
☆: 最長的樹 Warm prospect 50%
△: 樹苗 Cold prospect 20%
○: 種子 Suspect 0%

謝國輝 C	吳威廉 C.E	黃美美 C	黃曉儀 A.C.E	陳金英 C	陳高名 A.C.E	侯以明 A.C.E	許瑞珍 A.C.E
謝佳良 C.E	王友成 A.E	吳雅雲 A.C.E	吳雅雲 A.C.E	黃永興 A.C.E	朱寶中 A.C.E	侯以明 A.E	林依晴 A.C.E
黃文俊 A.C.E	胡浩森 C	王顯益 A.C.E	李翠如 C.E	郭登岩 C	黃耀康 A.C.E	王煥熾 C	蘇美玉 C
陳威屏 A.C.E	李金心 C	陳國強 A.C.E	李金心 A.C.E	陳國強 A.B.E	歐陽康 A.B.E	謝鈞敏 A.C.E	劉易綺 C
王冠洲 A.C.E	謝康和 C	陳榮輝 A.C.E	陳榮輝 C	左林榮 C	區文 C	林國友 C	許星濤 A.C
吳茂旗 A.C.E	黃顯亮 C	黃顯亮 A.C.E	黃顯亮 A.B	謝新宇 C	劉振楠 B	林高可 A.C.E	劉佳穎 A.C.E
黃耀銘 A.C.E	吳永英 A.E	林美蘭 A.C.E	林美蘭 A.C.E	李鍾松 A.B.E	吳志宇 C	吳秉香 C	

外賣站
A.B

陳明達
A.E

劉麗儀
A.B.E

陳明達
A.B.E

李柏達
A.C

沈世基
C

林登君
C

謝志輝
C

唐偉康
A.B.E

林國君
C

陳國強
C

黃耀銘
C

黃耀銘
C

黃耀銘
C

黃耀銘
C

黃耀銘
C

1. 如何获取足够的客源 (Acquire Prospects)?
2. 如何有效促成(Convert To Clients)?
3. 如何维护及深耕现有客户(Maintain & Deepen)?
4. 如何开拓新市场及新的客源 (Explore New Sources)?

如何有效的获取果苗(拓客)



1. _____

2. _____

3. _____

4. _____



如何有效的培育树苗成長(成交)



1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

如何有效的维护果树(售后服务)



1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

总结

保险行业未必是你必须的选择, 但问问自己:

1. 我还有其他什么更好的选择吗?
2. 有没有其他行业能够让我更有效的达到我的丰盛人生?
3. 在保险业Agency是否是未来的趋势?
4. 我的团队是否是最积极向上的平台?





想和真正要的分别：想成为世界级的团队吗？

- 1 我想，我要，我已不断在前进的路上：恭喜
I Think, I Want, I am on my way: Congratulations
- 2 我想但不懂如何：情由可原
I Want but I don't know how: Acceptable
- 3 我想，我知道，但我不觉得可行：无可厚非
I Want, I Know But I don't think it works: Understandable
- 4 我想，我要但忘了去执行：只是理性想
I Want, But I forget to implement: Logical
- 5 我想，我要但五分钟热度：可能是本质上我觉得我就是一介平庸 (Self Image)
I Want but do it for 5 mins: My Self Image is a mediocre
- 6 我想，我要但不想做：惰性已深固
I Want but I don't want to do it: Lazy
- 7 希望有捷径，有密方：天方夜谈
I Want, is there an easier way or short cut: Dreaming
- 8 我从来都没想：干嘛要浪费大家的时间
I never think that I want it: Why waste everybody's time



我的詮釋



我想要成功但卻时常希望别人来哄着你，不断激励你，帮你处理问题，不断推动你.....

那就呆在家里做个温室的一朵花或花瓶吧！别谈理想，就谈梦想：梦里的想像

贵人

- 1. 损你不利己 : 烂人
- 2. 损你利自己 : 小人
- 3. 不利你也不利己 : 平常人
- 4. 不损你卻利己 : 好人
- 5. 利你也利己 : 高人
- 6. 利你不利己 : 贵人

没有人有义务一定要帮你,利你。只要不损你,不落井下石,这已是好人。

那些愿意利你,提点你的,就是你生命的高人及贵人。

但高人和贵人也是人,你不珍惜那他只好做回他的好人,平常人。

别期望会有圣人。因为圣人本来就超然于这世界。

人生如一面镜子,你周围那一种人最多就是你本身的反映。

