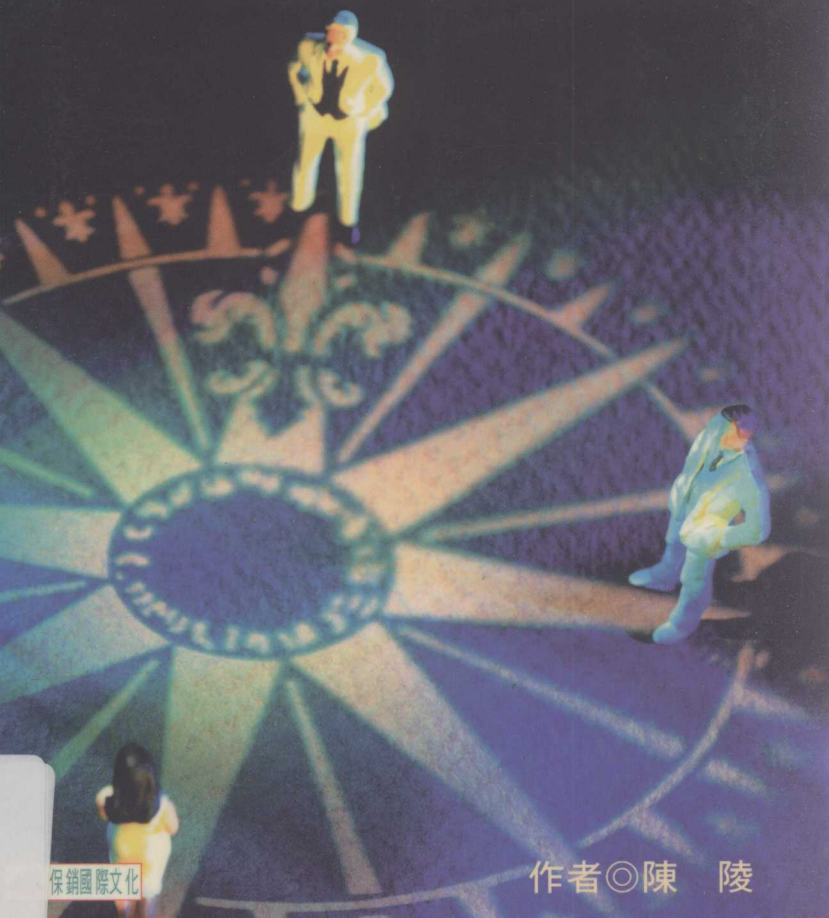


增員兵法 II

你入行成功

破解增員迷思72式



保銷國際文化

作者◎陳 陵

F840.32
20101
2



保險行銷叢書 79

增員兵法 II

你入行成功

—— 破解增員迷思 72 式



作者◎陳 陵

增員兵法II 你入行成功：破解增員迷思 72式／
陳陵作 -- 初版 -- 臺北市：保銷國際文化，2001
【民90】

面；公分 - （保險行銷叢書；79）

ISBN 957-30490-1-5 (精裝)

1.保險業--管理

563.7

90003934

保險行銷叢書 (79)

你入行成功

破解增員迷思 72式

- ◎作 者／陳陵
- ◎負 責 人／梁天龍
- ◎總 策 劃／曾恩明
- ◎策劃委員／何飛鵬、朱旭龍、吳伯揚、黃武琪、
楊發勵、楊振敏、劉俐杉、楊衍庚
- ◎主 編／吳淑雲
- ◎責任編輯／林媛玉
- ◎美術主編／黃清田
- ◎封面設計／黃清田
- ◎出 版 者／保銷國際文化事業股份有限公司
- ◎門市地址／台北市信義路三段41-2號10樓
郵撥帳號／19484121
戶名／保銷國際文化事業股份有限公司
電話／（02）2703-3721
傳真／（02）2703-3738
- ◎凱立國際印刷股份有限公司
- ◎印 刷／優文印刷股份有限公司
2001年3月 初版
2001年10月 初版三刷
定價250元

版權所有，翻印必究

如有破損或裝釘錯誤 請寄回本公司更換

作者簡介

陳陵，資深保險人，在保險界服務已逾二十餘載，對開拓市場、培育新血樂此不疲。

曾擔任業務代表、處經理，得過獎項無數。

轉任至業務行政單位後，協同作戰、奔馳沙場，戰績亦受側目。

有大量著作問世，常說「時間是人找的」、「只要有心就有可能」。

經歷：保險行銷雜誌專欄作家。

出版者的話

保險行銷集團董事長暨社長

吳天祥

掌握機會付諸行動

從前，有二條熱帶魚，從小被養在魚缸裡，每天悠遊自在地在魚缸裡游來游去。有一天主人決定帶這二條熱帶魚到海邊走走，甲熱帶魚很興奮地說：「我一定要奮不顧身游入大海，相信一定可以找到和我一樣的熱帶魚。」乙熱帶魚卻很擔心地說：「我好怕迷路，我一點都不想去。」

果然，主人用個小袋子，裝著他們來到海邊，當主人把袋子打開時，甲熱帶魚馬上奮力跳了出去，游入大海，乙熱帶魚雖然想跳，卻害怕得如何也不敢跳，只好看著甲熱帶魚向海中游去……



這個故事對於甲、乙熱帶魚日後的境遇並未交代，不過約略可以猜測乙熱帶魚將平順地在魚缸中度過一生；至於甲熱帶魚，則可能有兩種結果：一是被大魚吃了，二是找到同伴，翱遊四海。不論如何，甲熱帶魚都到達了心愛嚮往的大海。

透過這二條熱帶魚，我們得到的啓示，不僅止於「機會」和「行動」，其中「敢想」、「敢要」、「敢拼搏」的精神也很重要。

我相信，在您的周遭一定有許多人像甲熱帶魚一般，發現機會便朝著目標努力不懈；同樣地，也有一些人像乙熱帶魚一樣害怕改變。

從事業務工作，面對不同的客戶，處理不同的情形，工作本身唯一不變的定律就是「變」，面對這樣的工作性質，難道您仍能堅持「害怕改變」？當您的面前呈現一片汪洋、一

畝良田或一座高峰，明明有機會，為何您仍堅持躲在自己的一方角落。

保險行銷工作是個重視教育訓練的行業，因此經驗的傳承與分享，對業界人士來說，益發顯得倍受重視。多年來，保險行銷集團一直秉持著這樣的精神，出版報導業界相關的最新資訊，分享業界成功人士的理念及行銷經驗談，任何在此行成功的人、事、物，都是我們與您分享的目標。

每一年全球都有許許多多大小不一的保險大會、研討會等會議在亞洲、美洲、歐洲、澳洲……等世界各個角落召開。許多來自世界各地的保險，藉由這些會議相互觀摩、相互切磋，這種努力學習、經營自我的用心，讓人相信這一行是成功的。然而，當他們齊聚一堂聆聽世界級成功壽險人士的演說時，您在哪裡？

您是否像在大海中和同類悠游的熱帶魚，開闊眼界也開闊心胸，成就自我也成就他人。或者您像那隻活在魚缸中的熱帶魚，終其一生、劃地自限？

保險事業長長久久，客戶的一張保單代表的是您十年、二十年的承諾，行銷工作雖然挫折橫逆不斷，不過我們總是堅信，透過每一次學習、每一次的努力、每一次所展現出來的用心服務，都能讓自己早日邁向坦途，登上高峰……如果現在的您正在看一本好書，我祝福您；如果現在的您正在聽一場演講，我祝福您；如果現在的您，擁有危機意識，正努力尋求突破，我更祝福您；如果您耽溺於安樂，自以為滿足，那麼請您祝福您自己，因為唯有您才能改變自己。

作者序

陳隆

創造組織百分百

目前從事保險工作的伙伴大抵已明瞭，要在保險業走得遠、走得穩，而且收入豐碩，除了業績良好之外，有一個團結且人氣鼎盛的部隊才是長久之計。

但要組織發展良好談何容易，大部分的夥伴都沒有將組織經營的很好，原因不外乎是以下三大狀況。

1. 公司的制度設計無法帶動增員。
2. 單位沒有組織發展的風氣與習性，主管也無法帶動。
3. 本身的技巧不足，習慣未建立，同仁也缺乏共識。



但不管問題有多少，不發展組織，你就註定要獨善其身，飽受壓力；你要日復一日的扛起業績，你的收入會被限制在一定的水平下；你無法複製你的技術與知識，無法用眾多分身幫助社會、造福人群；你在保險界的貢獻僅限於你的勞力努力。

你能甘心嗎？

其實，經營組織並不難，只要有一套發展的步驟，固定運作的模式，再加上細膩的輔導工具，主其事者咬緊牙，不論初期的發展是否順利，按表操課，堅持前行——執行、檢討、修正、再行動，天下事沒有困難或行不通的道理，只要有心，一定會有成效。

這一套增員兵法，系統化的從組織發展的概念、方法、執行步驟等，詳細分析說明，並將執行者的困擾及被增員者的問題解決。

再提供一套只要使用必然有成效的增員百分卡。

「工欲善其事，必先利其器。」凡有前瞻眼光的單位領導人相信在使用這一套工具書後，對組織的發展有必然的功效。

立願在保險界深根發展的保險人，若能持之以恆的執行和檢討，也必定在最短期間內奠定屹立不搖的基業。

希望世上的人都能享有保險保障的被澤，而提供正確的保險觀念正是我們的使命。

目 錄

出版者的話	①
作者序	⑤

第一章 32種增員障礙大突破

1・你夠格增員嗎	2
2・他們為什麼不做保險	5
3・找出你的千里馬	9
4・茫茫人海目標為何	13
5・組織發展不隨便	16
6・凝聚作戰精神	19
7・打敗內心恐懼	22
8・邀請長輩入行	25
9・做個保險常勝軍	28



增員兵法 II

10 · 兼職人員如何管理	32
11 · 同仁不配合怎麼辦	35
12 · 尖端科技帶著走	38
13 · 準備好吃飯傢伙	40
14 · 增員大補帖	43
15 · 勾勒美好事業遠景	47
16 · 抓住傑出者的目光	51
17 · 請神容易送神難	54
18 · 什麼活動適合熱身	57
19 · 誰是增員潛力股	60
20 · 好保戶=好夥伴	62
21 · 孤軍奮戰太辛苦	65
22 · 喜歡推銷不愛增員	69
23 · 士氣不足	72
24 · 別家制度比較好	75
25 · 輔導有捷徑嗎	78

26 · 大數法則定律	81
27 · 是否鼓勵新人增員	84
28 · 人員素質低落	87
29 · 增員成功的因素	90
30 · 我沒有增員的習慣	93
31 · 人都陣亡怎麼辦	96
32 · 被增員者氣勢太盛	100

第二章 40個增員拒絕處理

1 · 做保險的人沒地位	104
2 · 別家商品比較好	107
3 · 無形商品不易銷售	110
4 · 某公司口碑比較好	113
5 · 外表形象不夠好	116
6 · 我的學歷不夠高	120



7 · 不愁沒好工作	124
8 · 我沒有社會關係	128
9 · 我沒有推銷經驗	132
10 · 我從前推銷都失敗	136
11 · 我自己就是老闆	140
12 · 保險讓人墮落	143
13 · 我不喜歡應酬	146
14 · 我不會講話	150
15 · 自己要買一堆	154
16 · 我是女生不方便	157
17 · 女生較受人歡迎	161
18 · 我年紀太大不適合	164
19 · 年紀太輕沒經驗	168
20 · 個性太內向	172
21 · 現在的工作穩定	175
22 · 家人和朋友都反對	178

23 · 個性活潑沒有定性	181
24 · 小孩還小需要照顧	184
25 · 我的財產夠多了	187
26 · 家離太遠不方便	190
27 · 可以不參加早會嗎	193
28 · 活動太多無法配合	196
29 · 比賽多壓力太大	199
30 · 公司知名度不夠	202
31 · 比較喜歡外商公司	205
32 · 比較喜歡本國公司	207
33 · 收入不穩定	210
34 · 資深的人吃得開	214
35 · 晉升靠業績	217
36 · 辦公室設備不足	221
37 · 職場氣氛不對	224
38 · 公司的訓練不足	227



增員兵法 II

- 39 · 客戶要去那裏找 230
- 40 · 對手太多，競爭激烈 234