

增員兵法 I

我增員有理

組織擴充5部曲



©陳 陵

F840.32
20101
1

港 台 書



保險行銷叢書78

增員兵法 I

我增員有理

—組織擴充5部曲



作者◎陳 陵

增員兵法 I 我增員有理：組織擴充5部曲／
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；78)
ISBN 957-30490-0-7 (精裝)

1. 保險業－管理

563.7

90003936

保險行銷叢書〈78〉

我增員有理

組織擴充5部曲

◎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、
楊振敏、劉俐彤、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

台北市信義路三段41-2號9樓

郵撥帳號／19484121

戶 名／保銷國際文化事業有限公司

電 話／(02) 2703-3721

傳 真／(02) 2703-3738

◎晨捷印製股份有限公司

◎印 刷／長倫印刷有限公司

2001 年 3 月 初版

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

吳天龍

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，我們得到的啟示，不僅止於「機會」和「行動」，其中「敢想」、「敢要」、「敢拼搏」的精神也得重要。

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，易發顯得倍受重視。多年來，廣場文化、保險行銷雜誌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，讓人相信這一份是成功的。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夥伴大抵已明瞭，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，具備一個有向心力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得很好，原因不外乎是以下三大狀況。

1 認為公司的制度設計對發展組織並無多大利益。

2 單位沒有組織發展的風氣與習性，主管無法帶動及沒有良好示範。

3 本身的膽識不夠、技巧不足，習慣未建



立，同仁缺乏共識。

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之下；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，只要按表操課，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，詳細分析和說明，並將執行者的困擾及被增員者的問題詳加解

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，對組織的發展有絕對的功效。

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德澤，而提供正確的保險觀念正是身為保險人的我們不能須臾忘懷的使命。



組織發展困擾大調查

我增員有理 你入行成功

為了讓保險從業人員突破組織發展的困難和障礙，我們在不同的場合中共找了350人次做了增員困難排行調查。一般常見的困擾分兩類，一是發展組織的困擾，一是被增員者的困擾。調查對象是舊人250人，新人（一個月已內）98人。

在調查完畢後，我們發覺了一些有趣的現象和事實。

舊人增員的瓶頸

先以發展組織的困擾來看，以舊人的立場而言，如果單位向心力不足，領導人難以服

眾，「職場氣氛不佳不利組織發展組織」這項分數會上揚。

反之，如果單位和諧，領導人用心經營，這項分數就會下降。

調查中也顯示，令一般業務同仁困擾頗大的是「好手不願意從事保險」。好手為何不願意從事保險工作？若站在被增員者的立場來看，第一位是「收入不穩定」，第二位是「家人反對」。

增員者若是本身信心不足或技巧不夠，當然對準增員對象的說服力不足。當然輔導也成了問題（輔導不易是第二項困擾）。

讓人欣慰的是，目前的業務同仁不管在素質或認知上已均在水準之上。所以並沒有將增員問題推到公司身上，而且對組織利益有了明確認知。



新人增員的困擾

在不到一個月的新人部分，我們又發現了一個有趣的現象。

新人的困擾分別是以「沒有推銷經驗」、「保險是無形商品」、「收入不穩定」排前三名。而舊人卻以為他們的困擾是「收入不穩定」、「家人反對」、「個性不符」。

造成如此大的差異，應該是由於新人的自主性強，重視自我發展和商品特性。

而一個認知上最大的落差，是舊人認為新人會以「保險從業人員的社會地位低」當成最大的困擾，但結果顯示新人根本無此困擾。

目前的社會各階層皆已認為保險是必需品，是值得重視之物。反而是做了一段期間的舊人心態上有所偏頗，或許是因為他們遭逢拒

絕次數多，而有所信心不足。

重新理解對增員的看法

根據以上的解讀後，有幾個結論：

1. 不是大家不願意增員，而是有技術上和輔導層面上的困擾。
2. 單位的氣氛、單位領導人的能力影響整體組織發展。
3. 業務同仁普遍已明瞭發展組織的重要性，也相信公司有發展組織的期望。
4. 新人對保險業的信心比舊人強。
5. 新人擔心自己的推銷能力與保險商品可否讓人接受。
6. 新人期待自己的個性有所改變。
7. 不在乎固定薪，只在乎公司的形象與協助。
8. 新人與舊人間的認知有差異。

增員困擾調查排行榜

發展組織的困擾	被增員者的困擾 (舊人認為)	被增員者的困擾 (未足一個月的新人認為)
1. 好手不願意從事保險	1. 收入不穩定	1. 沒有推銷經驗
2. 輔導不易，不容易讓新人留存。	2. 家人反對	2. 保險是無形商品不易銷售
3. 不知向誰增員。	3. 個性不符	3. 收入不穩定
4. 職場氣氛不佳不利組織發展。	4. 沒有推銷經驗	4. 不會講話
5. 發展不易，比自己推銷的利益差。	5. 目前收入及工作穩定	5. 個性不符
6. 單位主管能力及引導力不夠。	6. 保險是無形商品不易銷售	6. 家人反對
7. 帶人會影響自己展業。	7. 從事保險工作社會地位太低	7. 目前收入及工作穩定
8. 不喜歡帶人和作主管。	8. 不會講話	8. 別公司有固定津貼
9. 公司配合不佳。	9. 別公司有固定津貼	9. 公司的形象不夠
10. 組織利益不足。	10. 公司的形象不夠。	10. 從事保險工作的社會地位太低。

9. 舊人在增員的信心上有待加強

10. 新人已確知增員的重要性。

就經驗值來看，一般業務員若已入行二至三年，卻仍徘徊在該不該增員的十字路口，要順利發展組織的難度也相對提高；因為心理的障礙是一大關鍵。

在做此份調查報告時發現，其實觀念的突

破遠勝於各項技巧的傳授，如果你有強烈「要增員成功」的信念，說服被增員者加入的機率勢必提高許多。