

寿险销售成功宝典
百万寿险代理人成功必读书

Portrait
of Success

你可以这样

成功

马明博 著

国寿十大精英揭密成功的 10 种模式
10 大金牌管理法则助你走上成功路

中国青年出版社

Portrait of Success
你可以这样成功

马明博 著

中国青年出版社



马明博

中国人寿保险(集团)公司《中国人寿》杂志编辑、记者。

完成了中国人寿2002、2003、2004年度个险销售精英高峰会报道。

采写了中国人寿营销精英中的众多典范人物,其中有:打造第一团队的李江红、新单冠军楚竞辉、深圳保险皇后刘朝霞、自主经营的典范主管欧阳兆标、从执业医师到优秀主管的张晶、连续出单500天的李权文等,在中国寿险业引起较大反响。

新青年

出品:中国青年出版社综编部
新青年图书项目工作室

策划:庄伟 庄庸
责编:庄伟 付豪杰
美编:张婷

《你可以这样成功》讲述了寿险十大精英走向成功的过程，揭密了他们创造成功的十种人生模式。

仅仅说《你可以这样成功》是一本“青春励志书”，显得有些片面；她不仅讲述了这些来自不同阶层、接受不同教育的人的人生故事，更翔实地纪录了可供复制的成功模式。书中附录里的十大金牌管理法则，更能帮助渴望成功的人，叩开成功之门。

这些将引领你走向成功的人，在赢得成功者的耀眼光环之前，曾经失落过、彷徨过、窘迫过。

现在，——

那位走出校门的大学生已经成为最大寿险营销团队的领军人物，她的团队创造的年销售收入突破亿元大关；

那位跟随丈夫南下创业的执业医师，已经成功转型为优秀的团队主管；

那位流泪的下岗女工，已经成为受人尊敬的寿险经理人，脸上洋溢着成功者充满自信的微笑；

那位走进大都市时一脸迷惘的外来妹，经过数年的努力打拼，登上了美国百万圆桌“寿险奥斯卡”的领奖台；

那位拙于表达、骑着自行车到处乱跑的大学生，年年收下超过千万元的保费，如今，他开着自己的车奔驰在人生路上；

.....

他们本身是一个个行走着的传奇，虽然他们本来是一个个普普通通的人。

对于渴望成功的人来讲，学习他们的成功经验，复制他们的成功模式，远远比了解他们所创造的丰厚收入更有意义。

序

很高兴为《你可以这样成功》这本书作序。这本书里的营销精英们，作为中国人寿70万营销员的典范人物，其中大多数我在高峰会上见过。他们在中国人寿的成长经历、成功经验，我通过《中国人寿》杂志和有关方面的介绍，也都一一了解过。

本书所介绍的十位寿险精英，他们的生活环境、文化背景、人生经历等都各不相同，但经过拼搏努力都取得了成功，而且成功的故事都很精彩。李江红毕业于上海复旦大学，这位走出校门的大学生投身寿险行业之后，通过不停地增员，锻造了一支拥有600多名代理人的团队，并且连续多年团队业绩突破亿元大关；放弃了机关工作的楚竞辉投身到竞争激烈的寿险行业，通过不断地拓展影响力中心，曾一举夺下全国系统年度新单冠军；原为某企业领导的李权文迈进寿险公司大门后，克服了种种困难和障碍，不断地挑战自我，创造了连续出单500天的展业纪录；在代理人专业化道路上不断探索的欧阳兆标，展业与带团队两不误，荣获新单销售和优秀主管两枚金质奖章；扎根深圳特区的刘朝霞培养人脉，成为深圳的保险皇后，昂首走入美国百万圆桌会议（MDRT）的顶尖会员之列……

正是由于有了以这些销售精英为代表的70万营销员的奋勇拼搏，中国人寿得以顺利跻身全球500强企业之列，并成功地在纽约、香港上市，成为了一家国际化的公众公司。作为中国人寿的总经理，我为拥有这样一批销售精英而骄傲和自豪。

成功的道路，从来不会鲜花遍地、一帆风顺。精英们的成功背后，无不充满了艰辛和坎坷。但他们不畏艰险、勇往直前，闯出了一条成功的大道，收获了成功的喜悦。本书用朴实的笔调，真实、生动地再现了他们在中国人寿的成长历程，反映了他们成功背后的酸甜苦辣。掩卷之余，引人深思，给人启迪。读读他们的故事，我想，对于渴望成功的广大青年朋友，一定不无裨益。因为青春是人生最美好的一个阶段，也是需要成功偶像做为指引的一个阶段。值此中国青年出版社推出《你可以这样成功》这本青春励志书之际，我充满喜悦地向广大的读者尤其是青年朋友推介。希望大家能够从这些寿险营销精英身上学到成功的经验，从而创造出同样精彩的人生！

2005年4月



中国人寿保险（集团）公司总经理
中国人寿保险股份有限公司董事长

目录

打造国寿第一团队 1

典范人物：李江红

- 2 一个女人的实质八年
- 7 “我们的银海，我们的家”
- 10 第一团队管理模式揭秘
- 13 没有十全十美的个人，
只有十全十美的团队
- 17 银海早会
- 19 小资料 银海区部
- 20 心灵氧吧 有限与无限

建立影响力中心 23

典范人物：楚竞辉

- 24 采访楚竞辉之前
- 25 千呼万唤始出来
- 26 新单冠户的角度上
- 29 自信与执著，成功的双翼
- 31 群体拜访→ 建立影响力中心
→个人工作室

- 34 新单冠军的情怀
- 35 “儿子，妈妈对不起你”
- 36 冠军心经：如何将保单做大
- 39 心灵氧吧：成功原来很简单

梦想——通往成功的路 43

典范人物：欧阳兆标

- 44 数字为证
- 45 保险是好的
- 46 从“卖保险”到
“卖保障”、“卖观念”
- 47 做保险并不难
- 47 听与问的技巧
- 48 成功需要敬业
- 49 专业化的道路
- 50 服务促进营销
- 52 打造成功团队
- 54 做业务·抓团队·重管理
欧阳兆标的“三字经”
- 63 心灵氧吧：你心里有桥吗

从主治医师到寿险明星43

典范人物：张晶

68 众人眼里的张晶

78 十年寿险生涯，
给我一个新世界

85 心灵氧吧：学习微笑

做寿险马拉松先锋，连续开单500天89

典范人物：李权文

90 鲜花·掌声·微笑·感恩会

92 一样的起点，不一样的做法

94 挑战108，在拒绝中超越自己

98 冲击第二个108

102 有一种精神叫坚持

107 心灵氧吧：简单的事情重复做

客户是最好的宣传员111

典范人物：李天翠

112 处处留心皆保单

121 展业、增员、带团队，要注意什么

127 心灵氧吧：热情的价值

签下千万大保单131

典范人物：高明杰

- 132 艰难岁月的生存策略
- 137 最大限度地利用人际关系网络
- 140 深入了解潜在客户
- 142 充分准备，成就大单只是一个形式
- 144 国寿是天空，也是大海
- 146 开启新的航程
- 148 心灵氧吧：人生路上的10枚金币

打造中原团队标竿155

典范人物：张琪

- 156 从业务员到高级主管
- 166 木桶盛水多少，取决于最短的一块木板
- 172 心灵氧吧：你有没有使自己惊奇过

成为优秀主管的六个阶梯175

典范人物：贾承元

- 176 成为优秀主管的六个阶梯
- 183 团队经营的七大“法宝”
- 188 团队管理的三个关键
- 190 主管要不断学习

193 心灵氧吧：放下

捧得寿险“奥斯卡”奖197

典范人物：刘朝霞

198 信心源自热爱

200 创造关系营销

201 服务源自真诚

204 用“三心”建立“三信”

205 口碑源自诚信

207 捧得保险业的奥斯卡奖

心灵氧吧：赞美男人

附录：

213 现代流行营销管理智慧

■巴雷多原则 // 20/80 原则 ■木桶原理 ■员工喜欢这样的老板 ■管理员工的 21 点技巧
■利用现有客户关系增进销售 ■客户关系增进销售的 7 种方法 ■善于表扬下属的优异表现 ■打造 1+1>2 的高效团队 ■如何做个优秀的团队领导者 ■经典故事中的管理真理

245 本书涉及到的典范人物简介

打造国寿第一团队

典范人物：李江红



从普通代理人、业务组长、业务主管，到区部经理，李江红一直做得有声有色。在中国人寿的65万代理人中，李江红日渐成为一个响亮的名字！

2001年、2002年，李江红和她领导下的银海团队，连续创下中国人寿系统团队新单保费第一名的成绩，作为国寿第一团队，银海的成功引人注目！

李江红为什么会成功？国寿第一团队是怎样打造成功的？银海模式可不可以复制？李江红的成功经验可不可以推广？

让我们带着这些问号，感受银海团队，与李江红对话，揭秘银海团队的管理模式。

一个女人的实质八年

李江红最早与寿险事业结下不解之缘，是在1995年7月。入司以后，李江红负责跑意外险。

之前，李江红一直是人们赞赏的对象。1985年，她被保送到复旦大学；1989年自复旦大学物理系毕业后，她被分配到广州一家国企搞研发；1994年，为了生小孩，她回到温州的父母家里。孩子出生后，看着过去的同学都忙着自己的事业，李江红心里有一丝怅惘。无论在大学还是在企业，她干得都非常出色。然而现在，寄宿在父母家中，事业无从谈起，李江红的心理优势被沉重的失落感取代。

和所有新入司的代理人一样，李江红初期展业并不顺利，受了很多挫折，流了很多眼泪。面对困境，生性倔强的李江红选择了坚持，她想，自己既然干了，就要干出个样子来。

1996年1月，一家锁具厂的一个外来务工人员因工伤致残。这是李江红经手的第一起理赔。当她把几千元的理赔金送到保户手中时，保户连声道谢。那一刻，李江红意识到，选择保险之路，是多么的正确。

这一年5月，李江红的工作关系调到温州商学院，她成为商学院的数学教师。

是做教师，还是做保险？李江红面临选择。

9月，李江红毅然辞去大学教师的工作，全身心地投入寿险营销工作中，很快，李江红脱颖而出，成为业务高手。

李江红迎来了她寿险生涯中的三个发展阶段。

第一阶段：发展组织

在公司一次业务会议上，时任营销部经理的吴徐平（现为温州分公司总经理）对李江红等业务高手说：“你们是公司的重点培养对象，是被市场证明了的业务高手，从今开始，期望你们发展组织，做团队的领袖。”

在经理的鼓励下，李江红认真思考：要做组织，首先要有人。

李江红开始增员，增了五六个人。当时，一边辅导新人，一边做业务，李江红的个人业绩有所下滑。李江红看到，虽然个人的眼前利益少了，但是自己小组的市场份额扩大了。当年，李江红获得了“浙江省级业务标兵”、“浙江省级优胜个人”、“全国霹雳行动优秀营销员二等奖”等；她的小组获得了“浙江省霹雳行动突击队”、“浙江省迎回归业务竞赛优胜集体”等荣誉称号。

李江红对此深有感触，她说：“在初创期，主管能力体现的第一步，就是格局。你有多大的格局，事业就有多大的舞台。”

第二阶段：建设团队

如果说，在此之前，李江红做保险依靠的是个人优势的话，那么之后，李江红认识到，随着队伍的扩大，靠个人意愿进行管理已经不是办法了，她开始注重建立团队的制度。

1997年8月，李江红团队的人数突破50人，其中8名主管。为了让组织大型化，公司开始分职场经营，由于李江红的团队是第一大团队，他们抓住了迎面而来的机会，通过竞选，李江红小组成为浙江省第一个业务部——银海业务部。

李江红晋升为业务部经理，她开始从业务型人才向管理型人才转变。

1998年，组织大型化成为李江红新的发展目标。她积极地鼓励伙伴们要做主管，要学会增员。

增员是发展的硬道理。为了使整个增员活动顺利且收到效果，李江红在团队里建立了“增员特攻队”。特攻队员是她精心从现有团队中挑选出来的文化层次高、有潜力成为主管的业务员。对他们，李江红从增员的观念、技巧及新人育成等多方面，进行培训。一系列的举措，提高了展业人员的观念与技巧。

同时，李江红开始有意识地培养主管。她在团队寻找高素质的人，做储备主管。李江红鼓励主管们要加强学习，做生涯规划，建立自己的组织。叶建国、林锋、孙春龙、叶玉美、胡小燕等主管脱颖而出，成为银海团队的主管标杆。

当年10月，银海团队扩展到200人。

1999年，对于李江红来说，是极其重要的一年。

随着组织的扩大，李江红发现，伙伴们对她的要求越来越高。作为部经理，李江红以身作则，诚实守信，始终以自己的业绩和言行为主管、业务员树立榜样。坚持每天两小时以上的学习，不断充实自己，并带动其他人员在注重业绩的同时，不断学习提高。通过目标确定、目标分解、目标评定、目标反馈等目标管理形式，来掌控业务部的管理过程，使伙伴们在冲击目标、管理目标的过程中，积累经验，实现最高的业绩。

当时，公司为了支持业务部做更规范的管理，为银海业务部配备了1名组训，以专家与管理者的身份协助李江红做工作，分层次经营，多样化管理。在组训的协助下，李江红进入发展的缓冲期。银海团队进入组织再造阶段，李江红在团队里建立了增员系统、教育培训系统、人才培养系统、销售活动系统等管理系统。

比如培训，银海的培训分为两块：一是业务员培训；一是主管培训。业务员培训有新人衔接，老人回炉，新人着重于培养技巧，老人着重于达成意愿。李江红认识到，团队要训练有素，业务精湛，必须要建立起技术领先、管理得力的主管队伍，必须加强对主管的格局、事业心的培养，必须提高主管的专业知识和管理技能。

比如早会，以主管早会（即银海团队的早早会）为例：大早会之前，团队的所有主管7：45分以前到达业务部，参加

主管早会。每天有一位主管做轮流主席，宣布早会开始，全体起立，诵读主管践言；接下来是敬业时间，对每位主管的销售、增员、拜访做督促；然后，轮值主席与大家做管理分享；最后是经理时间，经理对今天的工作做重要指示。主管早会，保证了银海团队的主管统一思想，统一观念，执行迅速，反馈及时。

2000年，李江红继续完善制度，夯实团队发展的基础。

2001年，总公司推出分红险之后，市场机会扩大，代理人热情增加。李江红带领银海业务部以4600万元的新单保费，荣登全国团队业绩第一把交椅。

成长有成长的快乐，也有成长的痛苦。李江红说：“要比别人做的优秀，做的好，就要比别人吃更多的苦！”

第三阶段：建立银海模式

2002年，随着银海团队的发展壮大，公司决定不再给银海配组训。而此时，银海团队在组训的协助下，已经完成了人才的储备和培养。

为了缓解由于人员规模、业务规模上升所带来的管理上的难点与出现的管理瓶颈，当年10月，李江红响应温州分公司营销管理的创新，在银海团队提出建立起五大“功能小组”。随着研发组、行政组、教育组、活动组、财务组的成立，银海管理模式基本成型。

功能小组的分工更加细化：研发组设置总监、营销技巧