

寿·险·赢·销·难·点·突·破·实·例·丛·书

寿险 增员这样做

让业绩提高80%

整合6大寿险公司150位顶尖营销精英
关于寿险增员的超高智慧

揭示寿险增员本质思维规律
展现寿险增员经典签单案例
突破寿险增员难啃展业难题
提供寿险增员实战销售技能

唐晨峰 等/著

 机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

寿·险·赢·销·难·点·突·破·实·例·丛·书

寿险

增员这样做

让业绩提高80%

唐晨峰 等/著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

在实际寿险增员过程中，很多朋友面临这样的困惑：组织发展的难点在哪里？组织发展的机会在哪里？组织发展的手段有哪些？准增员最关心哪些问题？怎样和准增员沟通？化解准增员拒绝的策略有哪些？如何让准增员改变固有的偏见？如何提高自己的增员能力……本书能给您提供切实可行、行之有效的方略，助您快速掌握寿险增员的方法和技能。

图书在版编目（CIP）数据

寿险增员这样做：让业绩提高80% / 唐晨峰等著. —北京：机械工业出版社，2012.8

（寿险赢销难点突破实例丛书）

ISBN 978-7-111-39534-8

I. ①寿… II. ①唐… III. ①人寿保险—市场营销学 IV. ①F840.62

中国版本图书馆CIP数据核字（2012）第198301号

机械工业出版社（北京市百万庄大街22号 邮政编码100037）

策划编辑：曹雅君 责任编辑：曹雅君 路绪良

封面设计：柏拉图 责任校对：刘建

责任印制：乔宇

三河市宏达印刷有限公司印刷

2012年9月第1版·第1次印刷

180mm×250mm·16.5印张·307千字

标准书号：ISBN 978-7-111-39534-8

定价：39.80元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心：(010) 88361066

教材网：<http://www.cmpedu.com>

销售一部：(010) 68326294

机工官网：<http://www.cmpbook.com>

销售二部：(010) 88379649

机工官博：<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线：(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

丛 书 序

寿险赢销源于思维模式变革

有位先哲曾经说过：“困则变，变则通，通则顺，顺则久。”我们寿险营销人的成功之路就是不断定位自我、革新自我和突破自我的过程。定位、革新和突破自我的过程，就是我们借助、完善和升级自我思维模式和思维能力的过程。因为人与人能力差别的本质就是思维模式优劣和思维能力高低的差别。

我们知道老鹰是世界上寿命最长的鸟类，可以达到70岁。它在40岁时必须作出艰难的关键决定。这个时候，它的爪子开始老化，无法有效地抓住猎物。它嘴巴外围的喙变得又长又弯，几乎碰到胸膛。同时，它的翅膀变得又长又重，因为它的羽毛长得又浓又厚，使得飞翔十分吃力。这时，老鹰首先用它嘴巴外围的喙去击打岩石，直到嘴巴外围的喙完全脱落，然后静静地等候新的喙再长出来。它会用新长出的喙把爪子上的趾甲一根一根地拔出来。当新的趾甲长出来之后，它便用爪子把羽毛一根一根地拔掉。5个月以后，新的羽毛长出来了，老鹰开始飞翔。这样老鹰重新获得了30年的生命！

当老鹰经历了这一系列浴火重生之后，它不光完成了身体结构的重新塑造，更重要的是完成了思维能力的重新构建。同理，作为寿险营销人，要想延长自己的职业寿命，让自己的寿险事业取得突破性进展，就必须让自己寿险营销的思维和方略实现重大突破。很多保险营销人员之所以做了很久仍然没有质的突破，就是因为他们往往囿于自己过往的思维模式，同时对市场一线的众多难题始终没有给予妥善解决，从而日久生畏，对自己的未来感到迷茫，甚至不知所措。可以说，保险营销人的发展之路就是不断提升自己的思维能力和思维方略，不断实现自我和解决难题的过程。因为实践一再证明，只讲理论或者只是简单传授方法、技巧和话术的方式，对寿险营销工作并不能带来可见的生产力。因为每一个客户的情况都有很大的差异，我们唯一能做的就是最大限度地寻找寿险营销工作本身的思维规律性，这样才能更好地解决实战过程中遇到的一个又一个难题。

正是基于这样的认识，我们创作团队经过3年多时间走访了国内6家大型保险公司共150位资深寿险营销人，包括100位总监级别30位部门经理级别以及20位业务经理级别的寿险营销精英，通过和他们深入交流，我们深刻感受到他们在寿险营销思维、寿险陌生拜访、寿险组织发展、寿险团队管理和寿险大客户营销这五方面有太多的难点需要突破。和他们接触得越多，就会深刻感受到我们肩上的担子越重。我们创作团队抱着这样的使命感，经过行业众多顶尖同行的反复交流，反复斟酌，终于将这套丛书付梓面世，从而让每一位寿险营销人都有机会博采寿险行业众多公司之所长，为己所用。这套丛书共包括四册：《寿险陌生拜访这样做：让业绩提高80%》、《寿险增员这样做：让业绩提高80%》、《寿险大单销售这样做：让业绩提高80%》和《寿险团队这样带：让业绩提高80%》。

这套书最大的特色就是立足于实战和难点突破，是国内第一本用全景式案例展示原汁原味展业过程的经典之作。我们对寿险营销难点进行了非常清晰的宏观思维指导和微观思路指点，让朋友们从这些新思维中真正学会增员、签单和团队管理。这套书给寿险营销的朋友提供了理论导航、技能点拨、案例实践和知识储备的四位一体全方位的全息全能指导，针对寿险营销的众多难点进行了非常清晰的思维指导，可以说我们提供的是系统的难题解决方案。这套丛书体系完整、重点突出、内容扎实，可以说有非常高的实战价值。对保险新人是入门宝典，对保险老人是进阶兵法，对保险牛人是枕边智囊。

借此机会，我们要衷心感谢在本丛书编纂期间给予我们大力支持的众多精英，他们的姓名如下（按姓氏笔画）：丁绍安、于秀花、王红以、尹皓森、卢如杰、安加庆、刘金霞、刘继萍、宋兰静、宋彦玲、何元、张书红、张志宏、李明雅、李雪梅、赵丽静、施玉芳、夏忠华、夏贵芳、高东波、袁莉萍、覃保英、詹瑰丽等。可以说，他们的辛勤付出和精心指导给了我们极大的前行勇气和信心，衷心感谢他们！

最后我想用一个寓言故事与各位读者共勉：在非洲草原上，瞪羚每天早上醒来的时候想到的第一件事就是奔跑它必须比跑得最快的狮子还要快，否则，它就会被狮子吃掉；同样，狮子每天早上醒来的第一件事也是奔跑它至少要比跑得最慢的瞪羚要快，否则，它就会被饿死。所以，无论您是狮子还是瞪羚，从早晨一睁眼开始，就要奔跑！

前言

寿险增员赢在格局

传说古希腊有一位威力无比的神叫安泰，身边任何人想尽任何办法对他都无能为力。但是有一个人出谋划策，众人把他从地面抬起来，结果没用吹灰之力就把他摔倒了。从这个神话故事可以看出，安泰之所以被人抬起来离开地面之后就失去了原来的威力，道理很简单，他没有了实现巨大威力的基础——地面。同样，对于我们寿险营销领袖来说，团队就是我们威力无比的“地面”。没有团队支撑的寿险营销人，就像是无根的浮萍，只要外在环境或者自身因素发生一点变化，我们就缺乏足够的抵御职业风险的能力。

我们之所以选择寿险行业作为自己的未来事业，是因为我们希望通过寿险事业的耕耘获得事业发展的第二春甚至是第三春。进入这个行业，要生存、要发展、要壮大，就得按照寿险公司的游戏规则来拓展自己的事业。而壮大自己的团队是提升自身价值和延长自己职业寿命的唯一选择。所以说，任何一个进入寿险行业的人，谁不想做大自己的团队呢？

可以说，组织发展其实是寿险营销事业的核心。原因很简单，这是由寿险公司的绩效模式决定的，也是因为大事业需要大团队支撑。如果说陌生拜访是由“0”变成“1”的动作，缘故拜访就是在“1”的后面添加“0”的动作。那么组织发展就是发动更多的元帅和虎将创造出更多由“0”到“1”和在“1”的后面加上更多“0”神话的过程，也是我们事业的梦想与对成功的渴求而建立起凯旋门的过程。

发展大事业需要大团队，发展大团队需要大格局。在这个行业发展团队，几乎不需要自身做任何金钱投资。我们唯一要做的就是敢于勾勒自己的事业帝国的宏伟格局，然后给予足够重视，付出足够智慧和行动就可以了。有的朋友可能会说，我们争取来的伙伴留存率太低，投入产出率太低，不符合收益最大化原则。寿险营销人立足的这个行业，如果那么轻而易举地就把众多伙伴笼络到自己身边，那这个行业岂不是早就人满为患了吗？正是因为组织发展面临着很多难题需要我们来解决，

这才正是体现我们价值的地方。

组织发展的大格局就是要求我们必须给自己的团队做好一个可行的发展规划。想发大财，就不能自我设限。想做大事，就不能坐井观天。而要做好寿险团队的大发展，就需要我们坚信寿险行业的未来前景。站得高、看得远，给自己一个比较准确的定位，找到实现事业定位的方略，然后扎实行动，同时自觉修正前进道路上的不足，从而实现寿险营销事业的登峰造极状态。

团队要发展要壮大，肯定会面临很多实际的难题。在我们广泛接触大量寿险营销人的过程中，深刻感受到他们在面对各类增员的难题时，往往手足无措，几次挫折之后，就放弃了当初的规划和闯劲儿。然后随波逐流，当一天和尚撞一天钟，得过且过，令人痛心。我们看到很多在这个行业耕耘很多年的朋友在组织发展上却没有实质性进展，作为行业内的同仁，真为他们扼腕叹息。

具体来说，多年来在组织发展上没有突出成效的朋友，主要有以下几个特点：

一是缺乏做大事业的规划。他们大多是为生存在奔波，没有或者很少为发展思量。说白了，就是希望自己多签几张保单，赢得一点佣金。至于明天的财富源和事业基础在哪里，则想得太少，或者觉得想这些事情太沉重，或者觉得现在挣到了一些佣金才是看得到摸得着的东西。但是您有没有想过，哪天一旦自己的客户源枯竭或者身体不能支撑自己既有生活的时候，又靠什么来生存呢？而当您的身后有巨大的团队在支撑您向前走的时候，结果就大为不同了，即便是遇到了暂时的困难，您仍然可以满怀信心地面对未来一切挑战。

二是缺乏支撑自己发展的大量行动。有目标没行动结果等于零，有能力没行动结果也是零。组织发展的成功就是抓住机会不放松，然后脚踏实地一步一个脚印地尽最大努力实现每一个既定计划的过程。事实一再证明，那些团队发展做得好的朋友，并非是最聪明和能力最强的人，而是那些充分使用公司组织发展措施和坚定实施自身组织发展计划的人。

三是缺乏支撑自己格局发展的有效方略。有了格局，有了行动，还需要有支撑格局发展和提升行动效能的方法和策略。而行动方略往往能为自己的组织发展提供有效保障。好的方略往往事半功倍，能在有效的时间内把组织发展做得有声有色，同时在组织发展过程中充分汲取众家所长，不断修正自己的思维盲区和不足，从而让自己在不断的自我反省中实现增员经验的累积和能力的提升。

四是缺乏事业发展的危机感。在保险行业，业绩和组织发展是寿险营销人事业大厦的根本。没有团队，就不可能在这个行业内发展。没有业绩，就不可能在这个行业内生存。人确实应该立足现实，但是还要主动谋划明天，这样才能未雨绸缪，防患于未然。人为什么能置之死地而后生，就是因为自己没有退路了，求生的本能驱使自己想尽一切办法改变自己的超级被动困境。大到这个社会，物竞天择，适者

生存；小到这个行业，人竞势逐，能者发展。向前冲也许会面临很多困境，但是如果面对困境的勇气，将来只会面临更大的困境。

针对寿险营销人面临的以上种种困境，我们编写团队在充分考虑到大家实际困难的基础上，有的放矢地对大家在实际增员过程中所遇到的难点进行了深入的梳理。实事求是和深入浅出地把问题摆出来，然后最大限度地整合行业内众多精英的智慧和方略，以期给各位朋友提供最大限度的智力支持。如果我们的努力能给各位朋友在组织发展方面提供长远的支持，将是我们编写团队最大的欣慰。

最后我们想说的是，组织发展的成功 = 格局 + 方略 + 行动 + 持续学习 + 自我反省 + 永不放弃。预祝朋友们在组织发展的道路上走得更远。

Contents

丛书序 寿险赢销源于思维模式变革

前言 寿险增员赢在格局

第1章 为什么要做组织发展

1.1 为了自身能量最大限度的释放/1

案例1 资深行业精英的团队发展体会分享/1

案例2 国企中层抉择入行的增员过程分享/4

1.2 为了将来走得更轻松和利益最大化/7

案例3 成功发展团队经理的肺腑真言分享/7

案例4 民企销售精英入行的增员过程分享/8

1.3 能让自己在行业内的发展更安全/12

案例5 因团队而成功的精英心路历程分享/12

案例6 大型国企销售主管的增员过程分享/13

第2章 组织发展的难点在哪里

2.1 社会偏见的阻力/21

案例7 人才市场高调求职的增员过程分享/21

2.2 准增员固有的追求生存安全的阻力/24

案例8 潜伏职场多年男士的增员过程分享/24

2.3 增员人自身畏难情绪的负面作用/27

案例9 潜伏行业多年未果同行的心路分享/27

案例10 商场洗礼复员军人的增员过程分享/28

第3章 做组织发展要有哪些准备

3.1 行业发展趋势和保险职业的透彻理解并准备配套工具/35

案例 11 泡面区域销售经理的增员过程分享/35

3.2 结合身边成功案例，对未来愿景做生动展望/37

案例 12 复杂职场经历男士的增员过程分享/38

3.3 心态、形象、知识和沟通技能的准备/43

案例 13 外企市场策划专员的增员过程分享/43

第4章 组织发展的机会在哪里

4.1 按年龄分类：青年、中年和成年/47

案例 14 顽固不化公司同事的增员过程分享/47

4.2 按职业分类：老板、白领、普通职员、待业人员/49

案例 15 曾任品牌内衣总裁的增员过程分享/50

4.3 按性格分类：温和型、固执型、进取型、自负型/54

案例 16 顽固自负校长助理的增员过程分享/54

第5章 组织发展的手段有哪些

5.1 常规手段：网络招聘、随缘招聘、朋友介绍/59

案例 17 增员高手倾情分享增员的实战心得/59

5.2 非常规手段：报纸发布招聘广告、电话招聘/64

案例 18 用媒体等手段增员的高手心得分享/65

案例 19 利用网络电话增员的精彩过程分享/68

5.3 创新手段：公共场所造势会和个人组织各种聚会/70

案例 20 主动造势增员经理的实战过程分享/71

案例 21 不甘生活现状男士的增员过程分享/73

第6章 准增员最关心哪些问题

6.1 收入的保障性：稳定、横向纵向比较觉得合算/79

案例 22 重点高中英语老师的增员过程分享/79

6.2 职业发展的潜力：长期可持续性 & 政策支持力度/82

案例 23 医院不甘现状护士的增员过程分享/82

6.3 能否让自己有面子：挣了钱就有面子/85

案例 24 政府科级干部的用心增员过程分享/86

第 7 章 什么样的增员有发展潜力

7.1 朴实无华言之有物的人/91

案例 25 同事剖析增员来而未留的心路分享/91

案例 26 国企强势销售部长的增员过程分享/93

7.2 性格沉稳、有韧劲、热情的人/100

案例 27 行业资深精英分享人才的分辨之道/100

案例 28 追求超安全感老师的增员过程分享/103

7.3 有过经管经历的人以及老师、医生、军人等/108

案例 29 外企销售部门经理的增员过程分享/108

第 8 章 怎样和准增员沟通

8.1 学会认同准增员一切，不断引发其思考/113

案例 30 对准增员爱人进行促成的过程分享/113

8.2 让准增员觉得自己可信赖/118

案例 31 超强势退伍女军人的增员过程分享/119

8.3 比较其目前状况与进入保险行业将发生的巨大变化/121

案例 32 内敛缜密研究人员的增员过程分享/122

第 9 章 化解准增员拒绝的策略有哪些

9.1 创造轻松愉快的谈话氛围/129

案例 33 公司年轻有为董助的增员过程分享/129

9.2 尽力挖掘增员的各种显隐性需求并对症下药/135

案例 34 历经人生坎坷女士的增员过程分享/135

9.3 按照先讲情后讲理的原则进行说服工作/141

案例 35 北漂漂亮语文老师的增员过程分享/142

第10章 如何让准增员改变固有的偏见

- 10.1 永远不要与增员的偏见做正面的交锋/149
案例36 复杂经历顽固男士的增员过程分享/149
- 10.2 灵活运用以子之矛攻子之盾的策略/153
案例37 哲学出身老总秘书的增员过程分享/154
- 10.3 充分讲明行业发展现状及社会对该行业的正面认识/158
案例38 多年从事安利销售女士的增员过程分享/159

第11章 如何跟踪素质高但很犹豫的增员

- 11.1 突出强调实现个人成长和实现自身价值的双重机会/165
案例39 软件公司优秀高管的增员过程分享/165
- 11.2 横向对比同僚的发展水平，纵向对比过去的发展历程/173
案例40 知名连锁餐饮人才的增员过程分享/173
- 11.3 强调知识只有转化为生产力才能产生价值/177
案例41 知名电器销售经理的增员过程分享/177

第12章 如何解除增员担心做不好的顾虑

- 12.1 结合增员潜在需求，针对职级发展大纲给其找契合点/179
案例42 北漂打工妹的增员过程分享/179
- 12.2 充分结合增员经历和优势，强调入司将会优化其职业生涯/183
案例43 曾担任过村委会村长的增员过程分享/184
- 12.3 使增员认识到自身性格特点及职业发展阶段性特点，加上其家人的期望，促使其理解接受增员人的意见/191
案例44 复杂人生经历男士的增员过程分享/191

第13章 如何辅导准增员成长

- 13.1 凡事讲策略，多鼓励少批评，多示范少空话/199
案例45 行业顶尖精英分享新成员引导之策/200
案例46 期待与众不同讲师的增员过程分享/202

- 13.2 鼓励增员多参加公司和个人举办的各种活动， 强化其信心/211
 - 案例 47 资深经理分享成员融入团队的体会/211
 - 案例 48 做事豪爽商场导购的增员过程分享/213
- 13.3 引导其养成规范的工作习惯/217
 - 案例 49 行业精英分享引导成员好习惯之道/217
 - 案例 50 财产保险行政专员的增员过程分享/220

第 14 章 如何提高自己的增员能力

- 14.1 学习身边优秀增员人的成功经验/227
 - 案例 51 增员狂人分享疯狂增员的实战心得/227
- 14.2 通过读书、 影视作品和网络持续充实自己的大脑/230
 - 案例 52 学习成就事业大厦经理的心得分享/231
 - 案例 53 历经坎坷餐馆老板的增员过程分享/233
- 14.3 树立增员赶超的标杆， 制订计划， 不断实践总结反省/241
 - 案例 54 快速晋升总监分享成功之道/241

为什么要做组织发展

1.1 为了自身能量最大限度的释放

我们要最大限度地实现人生价值，就要通过带领更大的结构化的团队来实现。有了团队的支撑，会让您走得更远更大更强。人生最荒谬的事情莫过于用极低的价格把自己销售出去，人只有想得大，才能够做得大。

很多朋友都觉得增员是一件回报率很低的事情，与其浪费时间去增员，还不如踏踏实实地做保费呢而且即便把增员带过来了，留存也是大问题。其实他们没有意识到，在保险公司，增员工作实际上是核心。就像传统行业我们讲到营销工作的4P（产品、价格、渠道、促销）分析一样，渠道建设是市场营销这座大厦的骨架，是市场工作建设的核心。在保险营销行业也是一样，其实增员是一种渠道或者叫通路建设，可以说每一个增员都是我们开发保险营销这个大市场的大批发商！企业要把市场做大就需要批发商、经销商等渠道建设，我们要把自己的保险营销事业做大做强就需要增员。

案例 1

资深行业精英的团队发展体会分享

针对这个议题我曾经与一位目前已经做到资深行销总监的陈女士沟通过，我相信她的故事能给我们带来信心。当年她42岁，河北保定人，初中学历，从业时间超过12年。她刚进入保险公司时，保费业绩一直不是很理想，但是她目前的组织发展却非常成功。下面把我们的对话的主要内容呈现给各位朋友：

我：陈总，您好！非常高兴能面对面听您分享组织发展之道。

陈：太客气了，与您见面也是互相学习啊。

我：陈总，考虑到您的工作非常忙，我就开门见山啦。请问陈总您是哪一年进入保险公司的呢？是什么促使您决定加入这个朝阳行业的？

陈：我是2001年进入保险公司的，当时我进入保险行业也是被人“骗”过来的。

我：哈哈，当年很多人都是这种感觉啊。

陈：当时我只有初中文化，所以从老家来北京只能做服务员。

我：那当时也委屈您这个大总监了。

陈：咳，当时没人把我拍死就是万幸了！

我：陈总，那后来呢？

陈：当时我的增员人经常带朋友在我当时所在的餐馆吃饭，时间长了，她就和我成为朋友了。从我们聊天中得知，她也是我的老乡，大专生，后来我知道，经常和她一起吃饭的是她的同事，我看到她的这个朋友每次吃饭总是乐呵呵的。

我：然后您就开始琢磨她了？

陈：是啊，根据我的观察，她初次来我们餐馆的状态和我当时刚来北京时很相似，普通话讲得很不流利，而且有时说话脸红。但她穿得很职业，当时我心里想如果我也和她一样多好啊。

我：也就是您当时就有加入他们团队的冲动，对吗？您当时知道他们是从从事什么职业的吗？

陈：是的，我很羡慕他们的快乐工作的感觉，不过说实话我并不知道他们是做什么的。

我：您当时也是跟着感觉走，不过这样也好，让自己活得很轻松。

陈：您说的没错，我当时就是一个没心没肺的人。

我：那后来您进入保险公司以后，想大力做组织发展是怎么考虑的呢？

陈：说实话刚开始，我就是听话照做，简单相信。

我：既然公司要求您们做增员，那您就去做，对吗？

陈：我记得当时公司给我们的增员奖励是增一个人奖励50元钱，我就是冲着这个奖励去做的。没想到我到公司附近的公园去增员时，就靠着一股傻气，第一次就找来了一个43岁的下岗阿姨。

我：看来开门第一脚就踢得不错啊，后来呢？

陈：后来我们部门组织我们学习公司的绩效大纲，我才知道增员不光有一次性奖励，而且增员以后，有点增员属于我个人私有财产的味道，我还能持续获得绩效提成。

我：也就是您感觉到增员能帮您带来新的财富机会。

陈：是的，加之当时我和老公初来北京，几乎没有熟人，而且当时社会上对保险行业认可度非常低，要做陌生拜访确实非常难。当时也有出于生存的考虑，反正增一个人至少奖励50元钱，而且我自己不用投入一分钱，就凭一张嘴去增员就是了。

我：那您当时增员的效果怎么样呢？

陈：效果不明显，主要是当时我的普通话不流利，加之自己之前从来没有和陌生人主动说话的习惯，所以半个月过去了，我就找了那个阿姨。到月底就经常和老公在中午各吃一个馅饼充饥。

我：这么困难，您当时想过放弃了吗？是什么让您坚持做组织发展的呢？

陈：想过，但马上又说服自己必须坚持下去。因为当时我来保险公司，我老公就不同意，我赌气说要证明给他看。而且我的增员人也经常跟我一对一地沟通，鼓励我，我就坚持下来了。

我：您的故事给我带来了很大感动啊。请问陈总，是什么让您想到要把组织发展做大的呢？

陈：是这样的，我后来买了一本公司的保险代理人绩效管理手册，我就拉着我的增员人给我详细讲解这个手册，因为有些条款我当时也不是很理解。

我：看来您一入行，思路就非常清晰，任何一家保险公司的保险营销人员都是围绕着公司的绩效大纲在转的。

陈：我记得第二天部门晨会的主题就是讲这个的，这个老师当时讲得特别深入浅出。我晚上回家以后结合这个老师的讲解又仔细研究了一晚上，终于发现增员是一项投入少后续获益大的事。

我：既然您认识到增员的巨大价值，公司一有增员奖励计划，您就疯狂地去缘故增员、随缘增员和去人才市场增员吧？

陈：哈哈，您说的没错，我就这样简单重复这些动作，每次我的创业说明会都至少有一个新人注册，这样的努力一直坚持到我做部门经理。

我：因为做部门经理有很多管理工作。

陈：但是只要有机会，我仍然做随缘增员。同时，我也经常把我的增员带来的价值告诉我的增员，并亲自示范他们如何增员。当这样的增员氛围或者增员文化形成以后，他们看到我的成长包括收入和格局的放大，他们也就把增员养成了一种习惯。

我：陈总，您谈到增员氛围或者增员文化，我想对我们保险营销人员确实有很大的借鉴意义。陈总，请谈谈您在保险行业究竟收获了什么？

陈：应该说保险营销工作给了我第二次生命。有人说女人的婚姻是自己第二次脱胎换骨的机会，我想我们女同胞都错了。

我：是啊，这个社会靠山山倒，靠人人跑。只有自己拥有一份能够实现自己价值的事业才是最安全的、最有尊严的。

陈：您说得太对了，不光我们女士，男士更要有自己的事业才能赢得别人的尊重！我多次参加世界华人保险大会和 MDRT（美国百万圆桌协会），那种成就感没有经历过的人是永远无法理解的，这时当我回忆成功之前付出的所有的一切，感觉经历再多的酸甜苦辣咸都非常非常值得。

我：陈总，今天请教您，让我们收获很多。您的从业经历、您的心路历程、您的成功做法对保险后来者一定会有巨大的激励和借鉴作用。谢谢您陈总，祝您在未来的路上走得更成功！

陈：谢谢，也祝你们工作顺利，万事如意！

案例2

国企中层抉择入行的增员过程分享

下面我要在这里和各位朋友分享一个随缘增员案例，她当年36岁，姓仇，这个姓很少。她已成家立业，大专学历，个人气质、谈吐都相当不错，个性沉稳是一家国有企业的人事部经理。我和她是在北京西单地下一层一家餐馆就餐认识的。当时座位紧俏是服务员把我引导过去坐在她的对面就餐。我们的对话是这样开始的：

仇：您好！请坐吧。（她非常职业地主动向我点头示坐）

我：谢谢！非常高兴认识您，方便交换一下名片吗？这是我的名片。（随时给别人递名片是保险营销者的必备职业习惯）

仇：好的，这是我的名片，望多赐教啊，呵呵。

我：哦，您是人力资源专家啊，那我得有问题请教您了，您不介意吧？呵呵。

仇：专家不敢当啊，您是市场营销实战人士，那您首先是一个人力资源高手才行啊。（因为市场营销需要充分懂得人的心理，还要懂得如何领导团队成员，一看就知道她的水平不一般啊）

我：您对现代企业管理非常有一套，看来我今天请教的老师找对了，仇经理，今天您给我当老师，这顿饭就我请客吧，怎么样啊？

仇：不用了，能和您认识也是一种缘分嘛，不用客气了。

我：好吧，恭敬不如从命，姑且依您。仇经理，我们边吃边聊吧，您今天时间方便吗？您觉得怎样才能有效管理好团队？

仇：哦，我爱人去上海出差还没回来，我今天带孩子（10岁）出来玩，所以