

《财经时代》

[台湾] 张淡生 吴锦珠 合著

快速成为顶级营销员的葵花宝典

TOP SALES 张淡生的 创意行销



——超速成功50招



台湾保险业的**天王巨星**张淡生倾囊相授，
进入保险业至今二十多年的他，从零到年薪千万元的成功案例，
如何化敌为友，见招拆招，百战百胜的宝贵实战经验；
教您在最快的时间内如何成交大CASE……

章章精彩，招招实用。

团结出版社

《财经时代》

TOP SALES 张淡生的 创意行销

——超速成功50招

[台湾] 张淡生 吴锦珠 合著

团结出版社

图书在版编目(CIP)数据

Top Sales 张淡生的创意行销:超速成功 50 招/(台湾)张淡生, 吴锦珠著。—北京:团结出版社,2003.1

ISBN 7-80130-667-8

I.T... II.①张...②吴... III. 保险业务—销售—经验
IV.F840.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 098835 号

著作权合同登记号:图字 01-2002-6754 号

©1998 张淡生、吴锦珠

本书经台北时报文化出版企业股份有限公司独家授权

出版:团结出版社

(北京市东城区东皇城根南街84号)

[电话(010) 6513.3603(发行部) 6524.4792(编辑部)]

<http://www.tuanjiebs.com>

E-mail:unitypub@263.net.

经销:全国新华书店

印刷:三河东方印刷厂

开本:850×1168 毫米 1/32

印张:7.75

字数:135 千字

印数:10000 册

版次:2003 年 1 月 第一版

印次:2003 年 1 月 (北京) 第一次印刷

书号:ISBN 7-80130-667-8/F·53

定价:16.00 元(平)

(如有印装差错,请与本社联系)

序一 经验的传承



经验的传承

南山人寿副董事长 郭文德

人寿保险的使命，要给社会带来稳定，给每一个家庭带来安全，在保险的意义与功能上发挥持续的关注及爱心。

二十年前的张淡生，是名蓄留长发披肩的青年，活泼稚气未脱，应征来参加直接推销部门，为期一个月正规的教育训练，并以笔试、口试通过完成南山第二十期结业。

在南山的大环境中学习了成长与付出、实践与分享；在挫败中吸取经验、在不断努力中建立自信的宝贵经验，在数年摸索适应下，创造出属于他的领域。作为一个杰出者，他必须是一个有效率的销售主管，同时具有增员将才能力，并且引导他们、激励他们，在事业中获致成功，在我所认识中的张淡生，他一直都能做到此点。

Top Sales 张淡生的创意行销

超速成功 50 招

教育，是改变好的思想，训练是改变好的行为，并落实在每一个行销人员的基础上。张淡生在《超速成功五十招》的书中提供了销售人员成功推销的观念、领域、技巧与进阶方法。

因为保险商品是无形的，行销人员需要不断提供新知识、新策略和新服务，才能满足消费者意识抬头。

而今张淡生，愿意将他二十年来的销售个案经验，毫不自私地与大家分享，《超速成功五十招》是一本好书，更是杰出经验的传承，张淡生的倾囊相授值得鼓励。

序二 谦虚包容，扩充慈念

序二

谦虚包容，扩充慈念

中山大学教授 韦端

人生如戏，各演各的剧本，每个人都在不同的戏码中，扮演着不同的角色。一出人生大戏的成功，需要每个角色都精彩称职地完成任务，所以如何成功且精湛地演出这一生，对人们来说都是很重要的。

我和淡生兄是在扶轮社相识。他以真诚服务的热心，担任一九九七——九八年的社长。他在上任前一年，即悉心安排了一整年的计划与活动。更一一拜访每位社友，促膝而谈并透过专访、录音与记录，“用行动与憧憬建造未来，迈向成功”。他这份用心及诚意，在寸阴寸金的现代社会中，已是空谷足音，非常珍贵了。

众所周知扶轮社，是由全世界约一百二十多万位专业男士和女士，所结合而成的国际社团。目的

Top Sales 张淡生的创意行销 超速成功 50 招

在于提供人道服务，于各行各业鼓励崇高的道德标准，并协助在全世界建立亲善与和平。国际扶轮社是全球二万二千个扶轮社的联合会：“超我服务”则是其座右铭。能成为一名扶轮社长，带领社员迈向上述崇高的目的和使命，在我的认知中，即是“成功”的表征。

淡生兄的这本《超速成功五十招》，是继 Stephen R. Covey 在一九九一年发行《与成功有约》一书之后，一部特具本土性之大作。该书的推销创意，能使读者在字里行间中，领略到如何运用传统之模式，并结合现代的思维，以创新的启发，科学的前瞻，来达到事半功倍之效的好书。

如果以心理学家荣格的话来说：就是要营造我们台湾人民的“集体潜意识”，思索并构建我们这一族群，在人类这个物种的进化及了悟过程中，应当扮演好怎样一个角色。以我对安和扶轮社社兄社姊的了解，这一小族群就是台湾大族群的缩影与样本，我们的所作所为，更想要放大到人类全体。

我们社友都是活力充沛，白手起家，不畏艰困，勇往直前，活脱脱地展现生命力。但我们能收放自如，多年来学习谦抑、包容、爱心、宽恕、反省，收摄身心，扩充慈念，也卓然有成。至少有了淡生兄这本超前卫的好书。我们如果将这份省思创意扩展出去，而省悟与万物一体的人生责任，并能永续孕育身

序二 谦虚包容，扩充慈念

在宝岛的二一七〇万子民，以及其他二五一五〇种动物、一〇四五〇种植物，从无到有，从有到好彼此和谐相爱，物质丰裕之后，又有精神成长。

如此的“台湾集体潜意识”，莫非正是宇宙期望于地球人的？果真如此，那么台湾又怎会不受肯定，相反的咱们将成为地球村的模范成员。

愿所有的读者锁定自己设下的生命坐标，全力以赴。

在此，诚心恭喜淡生兄的新书热卖畅销。



销售业务首重信任

卡内基训练机构负责人 黑幼龙

哈维·麦凯(Harvey McKay)是美国一位很有名的作家、演说家。他有好几本书已翻译成中文，颇受欢迎。一九九八年初也曾来台演讲，当时整个国际会议中心的演讲厅都坐满了人，真是盛况空前。

哈维·麦凯予我印象最深的是他对信任的重视。销售业务最重要的就是信任。他比喻说，要是我们站在街上，手里拿着百元大钞，向每一位路人说，你给我十元，我给你百元。别人会觉得不可能，甚至觉得可能是一场骗局。为什么，因为他们不信任我们，销售的关键就在于此。

然而要怎么样才能建立信任感呢？这就是《超速成功五十招》书中最想表达的理念了。淡生兄用了很多亲身经验，并举五十个实际成交的例子，或以动人的故事，说明人与人之间起共鸣的过程，共鸣

序三 销售业务首重信任

搭起了信任的桥梁。

要想增进别人对我们的信任，印象也很重要。南山人寿一直是很重视业务人员良好形象的公司，因而连续多年来，南山的业务员也成为大家最愿意向他人推荐的业务员。形象包含服装、头发、仪态，一直到态度、热忱、人际沟通等，这些都是形象的一部分。一般而言，人们都比较愿意信任形象好的业务人员，并与他保持长久的业务关系。最近常常看到的国际认证，如 ISO-9000 等，获奖者也是为了要赢得这宝贵的信任感，让别人相信他的产品，他的服务，他的公司。这已经是一股大趋势了。

除了信任之外，业务工作还需要热忱的态度来支持。德意志银行的前任董事长科柏(Helmut Kopper)认为，要是他们的银行里的每一个人，都能经常面带笑容，他们的业务会增长百分之二十五。微笑就是一种热忱，我不知道保险业的工作人员常常微笑业绩会增加多少，但每一个人都会同意，人通常不会喜欢跟一个紧绷着脸的人做生意。

不久前，我从南山人寿副董事长郭文德先生那里，学到了宝贵的一课。郭先生向一群资深的业务主管说：开会的时候不该追问业务人员，这星期做了几张保单？因为这样会造成他们很大的压力；而是应该问他们，这星期帮助了几个家庭得到了更好的

Top Sales 张淡生的创意行销 超速成功 50 招

保障?这星期帮助了多少人更珍惜生命?这星期带给了多少人安全感?甚至,这星期你对社会有多少贡献?……

我听了后真的很感动。我决定以后也要这样问卡内基训练的同仁,问他们这星期帮助了多少人增加自信,与同事沟通;改善了与人际关系,与家人更和谐;或做一位更好的领导人。

你看,同一件事只因着不同的信念,竟会有这么迥然不同的感受。我想这就是淡生兄想借这本书达成的心愿。我愿祝福他成功。

序四 幽默是最大的资产



幽默是最大的资产

《钱杂志》首席顾问 高信谭

我的好友张淡生出书了。谈的是 Top sales 的创意行销。先恭喜他又多一项贡献社会的长才。创意是超越一般的行事作为，予人不凡的感受。诚如幽默是超脱平常的风趣言谈，令人充满欢喜。精神放松，表情自然，笑容可掬，言语中肯，这样别人就会对你产生至高无上的喜爱感觉。淡生就是这样的人。与君子交往以情义为重，与小人交往则须假以词色，所以淡生君在保险界能有傲人成绩，就是给人“情义为重”的好印象。

常言：“良言一句三冬暖，恶语伤人六月寒。”与人谈话如何能够达到预期的效果，实在是一种十分微妙的艺术。艺术的内涵包括两大支柱，一为能力，一为技巧，高明的技巧足能弥补能力的不足，更能将有限的能力发挥得淋漓尽致，此项事实在推销人员身

Top Sales 张淡生的创意行销 超速成功 50 招

上可充分印证。

说话是一门极为复杂而高深的艺术，配合着态度、眼神、词藻、口气、时空，以及表达的技巧，同样一句话，说得好对方大为受用、彻底感动、心旷神怡，从而使你赢得友谊；若说得不适当，也可能使对方心存疑虑，引起误会。从事业务的，往往你说得愈多，人家听进去的愈少，反而是你说得愈少，会使人留下深刻的印象，记住你所强调的重点。

与人谈话，宜秉持：“不轻人、不窘人、不伤人、不损人、不争气。”等五大戒律，苟能铭记在心，而随时引以为戒，虽然不一定能够使对方心悦诚服，然而却一定能够立于不败地位。

梁启超说：“养心之法有二：一为静坐以养心，一为阅历以养心。”淡生兄在保险界二十多年的杰出表现，资深的阅历是其养心的凭恃。再次恭贺他新书上市。

在一些经验的传承中显示出行动的力量，具有惊人的成效，而我们都知做比说更有力。如果我们经常将“我爱你”挂在嘴边，会有很好成果产生，这就是为什么所有的 Top sales 都具体落实这句话的意义。

多年前发生在安德鲁卡内基这个美国首要的百万富翁及慈善家身上的一个故事，我们可以印证为

序四 幽默是最大的资产

这个概念作一个最好的阐释。他本来要跳河自杀，但一位卖铅笔的小贩，因一直不断对他微笑，因而激发了卡内基再生的力量，这就是“微笑”所产生的奇迹。

带着爱意说话也是另种良效，当我们和他人温柔而且有感情地说话时，不论对方是陌生人或是亲朋好友，我们都在带给他们，我们的爱。淡生在二十多年的寿险生涯中，即充分发挥了：微笑和爱的力量，所以成天都将笑挂在脸上的他，能将客户冷漠的拒绝，化为成功的 case，创造出一张张满溢著长情大爱的保单来。

把自己奉献予他人的另一个既神奇又简单的方式就是微笑。

我们的微笑会带给见到我们的人深远的影响。因为微笑就像是太阳的万丈光芒般，它的力量可以照亮一切黑暗，甚至是整个人生。请善用这伟大的神奇。再次恭喜《超速成功五十招》的上市。

Top Sales 张淡生的创意营销
超速成功 50 招

自序

以心迎新，缔造胜利

张淡生

人寿保险，是二十世纪人类空前最伟大的发明，迄今没有任何可以替代或取代它的商品。既然是如此重要，但却有很多人无法接受它，这其中当然得从业人员来推敲，真理是愈辩愈明，故保险是经得起考验的。保险是文明的东西，现代人之产物，如何把保险的“真义”透过我们的爱，把它发扬光大，并普及到每一个阶层、每一个家庭，则是保险从业人员的使命，我们要以宗教家的情怀，去关心、了解、包容、协助，进而产生良性互动。

人们反对保险不外乎以下三点：

一、公司：保险公司制度条款不健全，造成消费者不放心。

二、商品：结构因投保率低，致费率偏高。

三、人：由于部分推销员不够专业，不能提供

自序 以心迎新，缔造胜利

适当服务，这是消费者的疑虑。然而社会不断在进步，保险亦然，如今保险开放、修法完成、竞争激烈，使各保险公司制度条款合理化，商品因竞争更具弹性化。从业人员素质的良窳，其优胜劣败与专业化息息相关。这是多赢的时代，而人寿保险更能符合以人为本的精神。

二十多年的保险岁月，让我成长诸多，进而成功分享。在人生的质感上力求突破，在美感上力求丰美，在创造领域中，我把握机会进而创造机会。因为成功是给有准备的人。在生命中你我都是过客，但我们都在期盼当生命的贵人，如何追寻多贵人的境界，其实是不在获取的多，而是计较的少。通常成功者是努力在做不成功人所不愿意做的事，为了不要忍受平庸所以应该追求卓越。

感谢在保险历程上曾协助我的诸多良师益友：周东芳小姐是我的启蒙老师，她带我做陌生拜访、缘故推销、团体保险进行等，她厚实了我的推销经验，在合作的半年多时间里，更拓宽了我的视野。遗憾的是某次我骑车载她，却不幸意外翻车，造成她骨折受伤，休养多时。那段时光是令我很值得怀念与回味的成长岁月。

还有陈济民经理带领的DS(陌生拜访)团队，每位同事好学的精神，奠定了我DS的根基；南山人的精神领袖郭文德先生(副董事长)，他以永远不变的

Top Sales 张淡生的创意行销 超速成功 50 招

关心与付出，及独特睿智的经营眼光，让所有南山人与同业间享有崇高的评价。郭先生是保险业牵一变动全身的影响力中心。林总经理文英先生其自信与魅力，待人诚恳及笑容之灿烂常存我心；还有本公司很 Top 的王江海、林金宏、陈仙官等处经理，这些保险菁英都是我的贵人，他们的努力与单纯，都是协助我迈向成功过程的关键。

成功没有捷径！一定得按部就班，逐步实践。假设台北至高雄是成功的目的，目标明确，一定得设法如期到达。此时大伙会以不同方法（交通）来完成：有人走路、骑车、开车、坐火车都可以到高雄，不过好像搭飞机是最快捷的途径，要如何安全搭上车，过程是必备的，而《超速成功五十招》是使读者如何以传统的模式、结合现代的思维、创新的启发和科学的前瞻，来达到事半功倍之效。

做人要以“诚”为贵，做事是以“成”为贵。以这两种方式来经营寿险，不但事情可做好，心情会更好。尤其是在服务领域里，我分享一则南山顶级巨星李建升经理，他对客户无微不至服务的实例：他有位保户因病开刀在台大住院二十四天，他可以用十九个晚上去探班，那样的执著，无尽关怀之情令人感动，难怪他如此被客户肯定。另分享一则是我个人的亲身经验：本人于 1994 年 9 月因 GOT1800 得了急性肝炎，住进淡水马偕医院疗养三