

台湾汉湘文化事业股份有限公司独家授权

保险的 小故事大道理

DEEP THOUGHTS FROM
LITTLE STORIES
OF INSURANCE

谢鸿文/ 著



西南财经大学出版社

THE LITTLE THINGS THAT MAKE A BIG DIFFERENCE

保險的 小故事大道理

DEEP THOUGHTS FROM
LITTLE STORIES
OF INSURANCE

黃國光 著



THE LITTLE THINGS THAT MAKE A BIG DIFFERENCE

责任编辑:崔青林

装帧设计:穆志坚

书 名:保险的小故事大道理

谢鸿文 著

出版者:西南财经大学出版社

(四川省成都市光华村西南财经大学内)

邮编:610074 电话:(028)7301785

印 刷:郫县红光印刷厂

发 行:西南财经大学出版社

全 国 新 华 书 店 经 销

开 本:850×1168 1/32

印 张:4.125

字 数:80千字

版 次:1998年2月第1版

印 次:1998年2月第1次印刷

印 数:5000册

定 价:17.60元

ISBN 7-81055-285-6/F·223

1. 如有印刷、装订等差错,可向本社发行部调换。
2. 版权所有,翻印必究。

作者序

就这么迷迷糊糊写完了。

之所以迷糊，一是我从未想过写这样一本书，起初排斥，一夕之间又不按牌理出牌的答应；二是陷入一堆资料中，每日爬几行字就告脑力不济，三个月犹渡日如年，终于熬到画下最后一个句点。

保险业是以人做为主要的销售力量，业务员这颗棋子变得很重要，小卒也能变英雄。于是有了这本书的构想，催生者胡发行人和主编巫姐，感谢他们对我这毛头小子的完全信赖，但是，也丢了颗“未拉保险”的手榴弹给我——要我在每一单元里面说个故事，有点“小故事，大道理”的用意在。就是这颗手榴弹令我战战兢兢。为了与众不同，除了真实的故事外，我特别引用了不少民间传奇故事、寓言及童话，目的希望让保险严肃的主题外，多一些轻松、诙谐；文字的应用上也颇费心机，或以散文的笔调来写，或援引大量的成语、典故，盼能让这本书更充实丰富。

站在一个非专业但理性客观的角度去写，不敢奢言对这些劳苦功高的业务员有何大改变，假如其中有一单元提供了新启示，那我就心满意足了。不过，胡发行人“保险推销圣经”的期望，

我是辜负了！

书里分两篇，第一篇就好像一个军人的基本配备——枪一样，没有枪就甭论上战场，不战先败矣。第二篇则是模拟在推销过程中会碰到的形形色色的人，千奇百怪的疑惑。我仿佛化身业务员，修了一门新功课，将拙见反刍与您切磋求进。

感谢国泰、南山、安泰等保险公司，提供给客户参考的 DM 资料，由于原撰稿者不知从何查起，所以引用时都以国泰人寿这样统称，特此致歉并致谢。

请益的前辈师长、家人、好友，为免疏漏，就不一一列名，谨此一并致上我诚挚的谢意。

目 录

- 作者序/1
- 第一篇 观念认知准备/1**
- 单元 1 拟定计划/2
- 单元 2 朝着目标前进/5
- 单元 3 愚公精神/7
- 单元 4 欲速则不达/10
- 单元 5 提高工作效率/13
- 单元 6 学无止境/17
- 单元 7 口才的训练/21
- 单元 8 麻雀变凤凰/25
- 单元 9 赞美别人/29
- 单元 10 有礼行遍天下/32
- 单元 11 微笑是最好的语言/34
- 单元 12 推销自己/36
- 单元 13 倾注热忱/39
- 单元 14 保持风度/41
- 单元 15 沉默之必要/44
- 单元 16 激发创意,培养幽默/46

单元 17 信守诺言/50

单元 18 寻找有效客户/53

单元 19 不要做失忆老人/56

第二篇 实际面对问题/61

单元 20 知人知面也知心/62

单元 21 为什么的问法与妙用/65

单元 22 未雨绸缪的观念/68

单元 23 化被动为主动/71

单元 24 面对大人物/73

单元 25 你说的话可不可靠/75

单元 26 让我向您介绍/79

单元 27 兴趣的建立/82

单元 28 已经保很多险/83

单元 29 沉默的客户/86

单元 30 找人商量,不如自己作主/89

单元 31 货比三家型的客户/91

单元 32 对保险公司印象不佳/93

单元 33 我的朋友在保险公司/96

单元 34 现在没空,什么时候再谈/98

单元 35 死了才赔,是赚/99

单元 36 清楚了解保单契约/102

单元 37 保费太高而犹豫的客户/104

单元 38 有钱人的保险恐惧症/106

- 单元 39 没钱的烦恼/109
- 单元 40 有贷款、会钱要交的客户/111
- 单元 41 储蓄不如保险/112
- 单元 42 移民与保险/114
- 单元 43 调整保单不为难/115
- 单元 44 保险真的能节税/117
- 单元 45 业务员跳槽/120
- 单元 46 保险新人类/123

第一篇

观念认知准备

单元 1 拟定计划

• 小故事

两个年纪相当,英勇矫健的猎人相约上山打猎。

历经一上午的奔驰山林,两个人按照约定,到上山前一棵大桧木处会合,分享战果。

体格同样健硕,配备同样齐全的两个人,碰面时一比,战果却是殊异:一个猎到一头野猪、一只鹰隼,野兔、松鼠和蛇各捕了不少;另外一个只猎到几只野兔、几尾蛇,相形之下寒伧许多。

收获较少的猎人颇不服气,但仍恭喜同伴说:

“你真厉害!”

“没有啦,我只是对这里的地形,还有动物的习性、出没地点,做过研究观察。”

• 大道理

这是一个原住民的朋友告诉我的故事,故事的主角是不是他们上一代的族人,我没追究。我所感动的是那种奔放林野、豪迈潇洒,又能寓人生哲学于其中的猎人,粗犷中还有温和的细致,懂得计划谋略,使得他长啸山林,立于不败。

军队作战,训练士兵是计划,了解敌情是计划,评估后防是计划,探测气候、地形……每一个小细节,都是环环相扣成一部

实战“大”计划，只要一步错，可能就全军覆没。事前一套完整的计划，极重要的关乎成败。



推销保险又何尝不是另一种形式的战役呢？”林肯说：“如果我们知道自己目前置身何处，并且事先知道自己将往何处去，我们可以更明确地判断做哪些工作，以及如何着手。”言浅意深，正说明了一艘船在茫茫大海不能失去指引，否则就迷航了；同理，人也需要一座指引的灯塔，然而这座灯塔必须自己创造。

目前有二套企划(Planning)法则，普遍被各行各业运用，尤其商界。

先介绍“DOME 四部曲”——

诊断“Diagnosis”:现在状况如何?把脉了解一下。

目标(Objectives):想要完成什么?

方法(Method):如何去完成?

评估(Evaluation):工作进度定期查核。

第二套是“5W—H法则”——

Why:再问自己一遍“为什么进这行?”肯定自己,加强信心与意念。

What:和“DDME四部曲”中的目标同。

Who:因人而异,各有应对的办法。

When:何时达成目标?何时与人谈契约?

Where:什么样的场合说什么话,要圆通变巧。

How:和“DOME四部曲”中的方法同。

具备一套周延详尽的计划,加上个人脚踏实地的努力,岂不如虎添翼?可惜太多人忽略了,盲目去闯荡,想拚出好成绩来,很难。研拟一套计划根本不会浪费时间,而且还帮你节省时间。比方说,最近你在一个非常固执的老人身上花了许多时间,他坚持,然后你也不认输,就这样一直僵持,每次都不欢而散。假如你作了“DOME四部曲”的计划,这时就会回头先诊断,还可不可以救?值不值得再花时间于此人身上?会不会影响工作进度?……。所有的问题不就浮出来,清清楚楚了吗?那么,就是当下决定再谈与不谈的时候了。

因此,拟定计划的另一好处,就是帮助自己去反省检讨。也可以说是另一形式的记日记,记下每日拜访客户的点点滴滴,从

中找出问题的症结，警惕自己下次不再犯。正如有句谚语所讲：“在同一个地方被绊倒两次的人，是最笨难成大事的人。”我想，你不会笨到重蹈覆辙吧，而且相信，你的成就不该只是一个小小的业务员而已！

不过，晋升高阶之前，业务员这块踏脚石，你不能踩空。

单元 2 朝着目标前进

• 小故事

继纪政之后，王惠珍是台湾地区最杰出的女田径运动员“风速女王”，她是体坛的奇葩，她的崛起更是耐人寻味的一则传奇。

——因为她从来没想到会成为金牌运动员。

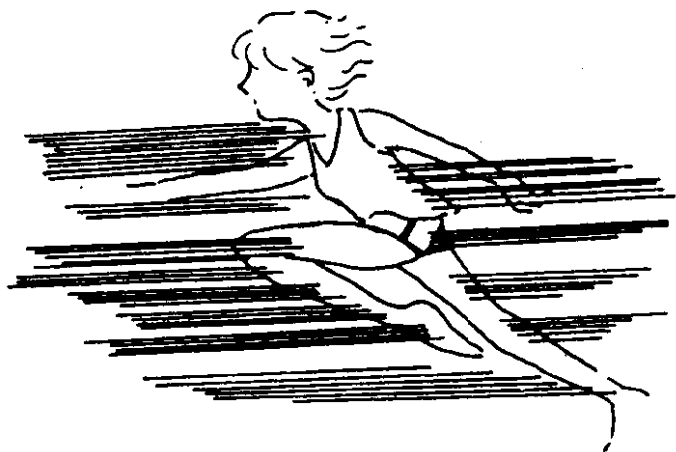
在被蔡荣斌教练发掘前，她不过是个寻常平凡、文静、难免爱漂亮的女孩，她的兴趣是国际贸易，跑步只是她一个当作身保健的运动，如此单纯而已。

一直到蔡教练三顾茅庐的诚意说服，有条件（以当时工商专校的学业为主）的妥协下，一颗闪亮的体育明星终于蓄势待发。

凭着身高腿长的优异体型，加上超人的意志力，王惠珍迅速崛起，成绩辉煌而令人引颈盼望她每一次的出击。

一百公尺逼近纪政的台湾地区纪录，二百公尺曾经是亚洲纪录保持人（创于 1992 年宜兰区运，1995 年被祖国大陆选手打

破), 1991 年世界大学生运动会二百公尺金牌, 1994 年广岛亚运二百公尺金牌……琳琅满目的纪录, 说她是世界级的运动员也不为过。更难得的是, 王惠珍始终谦虚受教, 每年给自己订两三个目标, 在课余, 在寒暑假锻炼不懈; 而她的课业亦在她的加倍用功下, 非但不落后, 毕业后还凭实力插大考上政大国贸系。相较许多运动员都是靠保送进体育系, 王惠珍显得难能可贵, 更教人敬佩。



• 大道理

各位一定很奇怪, 为何我要花这么长篇幅再去重述王惠珍的故事? 达尔文《进化论》明白地表示, 生物的进化是“物竞天

择”，“适者生存、不适者淘汰”。很残酷没错，但就是这一“竞”字，使得人类成为最高等的生物。人类已没有其他的生物可竞争，所以演变成人与人竞赛。

没人愿意输在起跑点，说明了现代人在各方面都充满强烈的求胜意识，这是个好现象；可惜常常方法错误而功败垂成，那代表说这个人眼光不够远大，目标不够明确，计划不够周详。

业务员在建立起自信的同时，亦要订定自己的长程与短程目标。短程目标是一个月、两个月，或半年必须达到怎样的成绩，完成哪些事？愈是积极面对，时时保持危机意识的人，愈容易如期达成。

倘若在第一个月初期，就发现自己是那种被动，要人拿鞭子在后面策励才肯前进的人；那么，你也不用自欺欺人，说自己尚未适应，还在摸索之类，偷赖、不成材的话，趁早递出辞呈，这个行业并不适合你。

而相反的，如果你迅速进入状况，虽不见得是得心应手，但也满意于自己的工作，忠于职务；可以预料到，你的短期目标应该可以很快圆满达成。

接下来就是长程目标，你有多少渴望，你就得付出多少，相信自己汗水是不会白流的。

单元 3 愚公精神

• 小故事

在中国民间神话故事里，愚公是个非常可爱的人物。故事中是这样描写的：

愚公他老人家有感于门前的两座大山，造成了生活上的阻碍，于是决定将它铲平移走。从那时起，他召唤了全家男女老少，齐心合力地想把这两座山夷平。

不论晴雨，日复一日，开始有邻人笑他们傻。愚公却正经地答说：“我死后还有儿子，儿子之后有孙子，孙子又有孙子，如此生生不息，只要我们努力不懈，那怕没有完成的一天！”

愚公的精神感动了玉皇大帝，遂命两位天神把山移走。

• 大道理

一个从小就耳熟能详的故事，再讲读还是那么兴味盎然，甚至心有戚戚焉。对保险推销，或者任何一种推销业务员而言，更是如当头棒喝。

成功绝非垂手可得，成功是 99 分的努力，仅仅一分的天才造就。愚公笨吗？不！其实他是大智若愚，再聪明不过。保险推销需要的就是这份“愚公精神”——恒心与毅力。

推销保险是一场艰辛的马拉松，因为民众对保险的观念未全开，仍十分落后；台湾经济发达，但是寿险投保率较诸其他先进国家和地区仍明显偏低。因此，要开发客户格外辛苦费时，若无超强意志力实在难生存。

一个新生，有一天碰到客户对他说：“我不需要买保险。”如果就此放弃，灰心丧气，自信难建立，当然不能出类拔萃。如果坚

持下去，“行动派”的死缠烂打也好，“温和派”的晓之以理，动之以情也罢，或许能够反败为胜。关键便在，是否持之以恒，一次又一次坦然承受失败；虽然被拒绝，失败的滋味很苦，想着成功的甘美，牺牲也就值得了。



李白为“铁杵磨成绣花针”而大悟；“书圣”王羲之写完一缸水，练出传世妙字；陶侃搬砖，锻炼自己的毅力……这信手拈来的一些古圣先贤，个个杰出非凡，他们的成功都不是侥幸，更不