

# 行銷組織並進 擴張事業版圖

## MDRT 菁英 西進策略

### 造就保險人才

MDRT 是保險業務員成功的基礎，而永達西進策略，更是成就保險企業家的關鍵。此次透過林虹宜、宋呈曦兩位保險菁英分享，從 MDRT 的養成、發展組織、求賢西進、成就保險人才，進軍兩岸保險事業舞台，晉身保險企業家、保險創業家。

企劃、執行／羅怡如 攝影／何佳華



TV版



林虹宜 MDRT 養成術



林虹宜 Profile

現任：永達保經業務籌備處經理  
 保險年資：10年  
 得獎紀錄：6屆美國MDRT百萬圓桌會員  
 CMF中國之星業務員組銀星獎  
 IDA國際華人龍獎個人組銅龍獎  
 經營心法：當我努力到連自己都感動時  
 我相信 老天會在關鍵時刻幫我一把

服務心法

擁有六屆MDRT的林虹宜，從不急於與客戶第一次見面就成交，她認為專業的保險企業家是有社會責任的，比起銷售金額，她更重視有沒有提供給客戶對商品。她的專業就是站在客戶的立場，以客觀的標準審視把關，規劃適合的保單。

林虹宜的想法是要創造高業績，除了有能力開發新客源，還要提供客戶到位的服務，替他們創造出需求、解決問題，不論從一開始的名片陌CALL到現在的客戶轉介紹，她總是一本初衷，用心服務、贏得客戶的信任。

耕耘十年保險業，一路走來，林虹宜要感謝的人很多，而回報這些貴人的方式就是讓自己持續地發光發熱，把這份榮耀與客戶、貴人們分享，同時年年達成MDRT並以終身會員為目標。未來，林虹宜還要繼續用她的超級行動力，有智慧、聰明地「協助客戶解決問題」，讓客戶感受到關心與心意最重要。

MDRT美國百萬圓桌會猶如保險界的奧斯卡，對所有保險從業人員來說，達成MDRT顯示專業知識、道德操守和客戶服務都達到卓越標準。擁有十年的保險資歷，永達保經業務籌備處經理林虹宜完成了六屆MDRT美國百萬圓桌會員，對她而言，擁有MDRT才能讓人信服。

陌CALL每週三十通

大學念的是西語系，大四時因為偶然的機會接觸銀行電話催收業務，以目標導向的她擅長正向鼓勵的方式與客

戶溝通，也使得她的業績頗為亮眼，她也因而發現自己喜歡看報表，很適合業務工作。轉戰保險業則是因為結婚的緣故，轉換行業也投入一個全新陌生的區域。

因為家中已有親戚從事保險工作，她的轉型家人都投反對票，憑著一股不服輸的韌性，她告訴自己一定要成功，她也將達成MDRT設為目標。

沒有奧援的情況下，她採陌生開發，每週打三十通電話，回想那段時光，「一個月能約滿三十位客戶初訪填問卷，實際見到三、四人就很難得。」

就這樣不厭其煩，一年的時間，她完成了人生第一屆MDRT，因為服務客戶的熱誠、加上希望肯定自我能力，不斷自我挑戰，繼續贏得第二屆MDRT，當她站在舞台上接受表揚時，她真切感受到那股榮耀，台下每一個人都向她道賀、讚美她，不只是個人的肯定，更榮耀家人，也是收入的展現。自此，MDRT達標成為督促她要比別人更努力的動力。

設定目標 向高手請益

目標與時間管理有著絕大的關連，



林虹宜認為，要達成MDRT就要做好基本功，透過報表管理檢視客戶拜訪紀錄，做好自我管理，循序漸進達成自己的目標，達成MDRT就會有更多的自我肯定，自我超越的欲望也就越強。

從事行銷的過程中難免會遇上挫折、低潮，

林虹宜視其為必經過程，要快速成功的唯一捷徑，就是大量累積失敗經驗。而向高手請益則是她解決問題的途徑之一，她有一個習慣，每周找一位行銷高手討教。這位高手不限於熟識與否，公司內的MDRT高手絕對是請益的對象，另外，若是在報章媒體見到其他行業的行銷高手，她會好奇他們是如何成功，也會進一步打電話進行約訪，她將這些傑出成就的名人作為學習的榜樣，請益的過程中她會提出問題，包括為了達成目標，他們提供哪些建議，並記下這些建議的重點，這其中包含應該避免的錯誤、突破障礙的方法等，跟著成功者的腳步走，不但節省時間，也可以避免走錯路。

## 换位思考 同理出發

初入行的保險業務員，都會遇上不知如何處理客戶反對問題、何時遞出要保書、如何要求轉介紹等情況，甚至將達成MDRT視為遙不可及的目標。林虹宜表示，做好客戶服務是最基本的要求。常有業代問起，「這些中小企業主，他們都擁有許多財務、金融背景的顧問、朋友，為何他們願意將『個人』的資產，託付給妳呢？」原因無他，就是「做到」，要比別人更細心，關心客戶生活上的大小事，只要客戶有任何的要求，都會想到你，這才是最好的服務。

關於反對問題的處理，要知道「嫌貨才是買貨人」，「换位思考」是處理反對問題的態度，面對客戶反對問題，要以同理心處理對方的情緒，例如「我非常了解您的感受，您會這樣講，一定有您的道理。」尊重並同理對方提出的反對問題。先處理心情再處理事情，針對對方的反對問題，以條列方式說明，消彌了客戶的疑慮不安，要保書就能適時提出，利用溝通來妥善處理，自然能夠成交。林虹宜常在心底反覆問自己：「如果我是客戶，我想要甚麼？」吸引力法則，慢慢就能找到客戶的需求點，

把客戶的需求當作優先考量。

林虹宜每年都會利用「保單周年總複習」進行客戶服務，與客戶閒話家常，了解這一年客戶生活的變化，是否有職務調整、新生兒加入等，再檢視保單是否需要調整新增。獲得客戶認同，她會請客戶進行推薦轉介紹，並請其事先打電話給被推薦者，讓彼此安心。拜訪之後，她會請被推薦者傳個訊息給當初推薦的客戶，讓客戶更有信心繼續推薦轉介。

良好的工作習慣、向高手討教、做好客戶服務、獲得轉介紹，這是林虹宜的行銷心法，也是對成功的渴望與堅毅的態度，MDRT自然水到渠成。她認為，MDRT強調的全人生活是她所嚮往的，提供客戶優質的保險規劃，進而擁有平衡而調和的全面生活，客戶的感謝肯定了保險事業的價值與意義，這就是保險從業人員的工作價值所在。當然，榮獲MDRT的附加價值是提升所得，自然也讓個人、家庭朝全人生活邁進。她也相信，持續把一件工作做好（達成MDRT），擁有長期優秀的紀錄，能夠堅持到底的人，就是成功的代名詞。





撞撞、遇上挫折，她都會提醒自己「永遠不要使用「早知道」這三個字，因為這在潛意識代表著後悔，要轉換成「我要如何做」，才會有無限的正面能量。」

在增員過程中，難免因為年輕，面對資深業務相對有挑戰，她總以同理的角度，找到對方的擔憂點，一一提出對策解決，最後擊劃未來的願景，總是將心比心，同時藉由公司的資源如菁英錄、英雄榜，上面刊載的都是業務高手，以高手吸引高手，就是最好的方法。

重視榮譽感，宋呈曦將MDRT設為必達目標，如今已完成三屆MDRT，她認為，拿到這個榮譽是對客戶負責任的體現，讓客戶覺得自己的業務代表很優秀，進行轉介紹時更有說服力。站在擴張事業版圖的角度，她也相信，業績頂尖的業務員是成功的代

表，更有機會吸引其他志同道合的人同行。

在永達她發現原來成功是可以複製的，她指出，公司具有平台、制度及獎勵三大競爭優勢，為了讓人才能夠盡展才能、彼此競合，永達創建一個「共好、共享文化」與團隊一同學習的事業舞台。值得一提的是報表管理，五七項報表採用科學分析與策略分享的方法，輔以大數據管理來協助團隊輔導屬員，讓組織領導者可以準確知道問題點，成功培育部屬達成挑戰目標。她尤其推崇平台上的水平時間管理，藉由資源整合，在同一個時間點可以進行課程分工，運用水平時間培訓，增加行銷、增員時間。

### 培育菁英 西進達陣

看準一比五八的人口紅利及龐大的商機，中國保險市場對於台灣保險從業人員來說，非常具有誘惑力，尤其語言和文化十分接近，讓許多台籍保險菁英躍躍欲試。宋呈曦表示，增員過程中，的確有不少保險菁英是因為永達的西進策略而來，中國的投保率偏低，保險市場發展大有可為，而且大陸沿海城市薪資水準已超過台灣，大陸與台灣就業

市場現狀是「金額一樣，幣值不同」，自然吸引保險菁英。

曾到杭州訪查的她發現，轉戰大陸市場想要佔有一席之地，可得練就一身好功夫。首先，至少要擁有一屆MDRT，獲得國際榮耀不只展現行銷能力，同時也擁有一定的收入，這是基本實力。其次，要學習帶組織、主持早會、擔任理財講座、財經講座講師、會辦各種訓練班活動及各種業務活動等，強化技術與能力，提高服務績效，並向成功的人請益，建立成功的軌跡。

她進一步指出，想進軍中國市場的業務夥伴，透過永達的平台，經過完善的金融財經教育訓練，累積專業知能與銷售力，最重要的還是能了解並認同公司「樂於分享」的文化，培養相互融合、互助合作的習慣，向MDRT講師團隊學習，將成功經驗複製到當地，藉由提供當地夥伴健全的教育訓練，培育出更多優秀的保險人才。

「敢有夢想，希望就會無限大。」宋呈曦以打造兩岸保險事業舞台，朝向發展組織、培育西進人才目標前進，建構一個完整的服務網絡，透過系統化的優質平台，為兩岸的人民守護資產、規劃風險保障，傳遞保險的真善美。