



永達二〇一五組織發展成就獎

李麗英 精益求精 立志傳承組織勝戰哲學

從個人行銷勝戰、到組織經營勝戰，麗英副總告訴我們只要有方法、肯拚搏，專注地做好一件事，精益求精，每個人都可以成為保險企業家。文／洪詩茵 攝影／楊樹山

行

銷勝戰需要學習，組織勝戰也需要學習，連續拿下永達

二〇一四、二〇一五兩屆組織發展成就獎的麗英副總，並不是一進入保險業就懂得如何行銷、一成立團隊經營心法就信手捻來，她也是從失敗中一路跌跌撞撞走來。而現在，她更要傳授個人三十年積累的保險勝戰經驗，演而優則導、導而優則教，讓有志於保險業的人無須再走她當年走過的冤枉路。

行銷＋組織 勝戰達人

從事保險業，只有兩種人可以賺到錢，一種是個人行銷強、擅長經營關係的人；一種是組織做得大、擅長培育人才的人。而組織要做大，就必須有完善的教育訓練、後勤支援、業務制度及獎勵制度。麗英副總表示：「業務行銷沒有書可念，也沒人專門開課教學，很多

業務在發展組織之前，並沒有被訓練過，失敗是必然。有些業務行銷

做得很好，但是轉型組織經營卻失敗，主要原

因在於培育人才這一塊做得不夠全面，

培育人才的重點有四個層面：選才、育才、留才、用才。其中，前端的選才是組織成功基石，要找有賺錢能力、學習意願、市場勝算的人才。因為市場上的人才有三種，二〇％的人不需要訓練；二〇％的人教不會；六〇％的人是需

要教育，但必須要給他們方法。」

再談到個人行銷，也就是經營關係的層面，麗英副總談到一個很殘酷的現實，「以前的年代，有能力的人就學，沒能力的人就業；現在的年代，有能力的就業，沒能力的就學。而且還可以發



李麗英 Profile

現任：永達保險經紀人業務副總、永達理保險經紀業務總經理
保險資歷：30 年

得獎經歷：

2010、2014、2015 年 年度組織發展成就獎第一名

2002 ~ 2008、2010 ~ 2014、2016 年

美國 MDRT 百萬圓桌終身會員（15 屆，1 屆 TOT、2 屆 COT）、

國際華人龍獎 IDA 終身會員（15 屆，1 屆金龍獎、1 屆銀龍獎）

國際華人龍獎 IDA 主管組白金獎（2 屆）、金龍獎（3 屆）、

銀龍獎（5 屆）、銅龍獎（3 屆）

2016 年中國之星 CMF 主管組鑽石獎

2016 年中國之星 CMF 業務員組銀星獎

成功座右銘：做到位，方能坐大位！

現，以前學校的第一名，長大之後通常都是幫最後一名打工，因為商業一定大於專業，懂得經營關係的人，通常在事業上一定比較有成就，這是身處這個年代的我們必須面對的挑戰。」

「生意子歹生。」其實就是說人才需要培育，而關係經營可以從小培養，麗



英副總舉一個最簡單的例子，「如果你希望小孩以後從事業務工作，現在就讓小孩帶糖果到學校請同學吃，從小培養他如何打好人際關係。」

但是，關係該如何經營呢？麗英副總指出，一、要博得對方好感，而博好感就要懂得讚美的藝術，讚美有三個步驟——讚美、認同、請求教導，要由心生，讓被讚美的人晚上回家蓋著棉被也會笑，就成功了！二、要搞懂銷售價值，坊間業務的常態是碰到客戶就急著銷售商品，這樣是不對的，賣商品不是重點，跟客戶交朋友才是目標，要知道客戶沒錢不代表他爸媽、親戚、朋友沒錢，人脈是息息相關的。而且買賣不成仁義在，每一個拒絕背後都有一個故事，業務想要成長，就請問客戶拒絕的原因，把挫折當過程，你會很享受，因

為客戶的拒絕是你的成交指南針。

開創行銷、組織新紀元

以開創台灣行銷業務新紀元為願景，麗英副總志向遠大，期望能將行銷業務變成一門學問、技術，她跟實踐大學進行產學合作，永達同仁參加永達舉辦的訓練課程即可計入學分，讓就學就業並行，未來，實踐大學更計劃設立業務行銷專門科系，讓學生一就學就能立刻上線作戰。此外，麗英副總更計劃透過報表管理，分析所有業務的行為價值，將她的經驗系統化傳承教導下去，變成可永久傳承的保險勝經。

新書《變，就是不變》也是麗英副總成就願景的一小步，她將三十年積累的業務勝經步驟化，是各行各業都非常需要的勝經。她說：「佛家有云：『無常

就是常』，是一樣的道理，所以，不論大環境如何變化，你的初衷和目標都不能改變。立定目標，就要堅持下去。即便遭遇失敗也要找出失敗的原因，檢討執行方式和策略，因為失敗才知道不足，當不足補齊，成功條件才會愈來愈多，累積小成功，成就大成功。」

主管的成就來自於組員成功，而組員成功代表主管的培育成功。「作為一位主管，就是要把複雜的東西簡單化，做業務是一件很快樂的工作，口才不是問題，而是銷售理路不通，舉例來說：條條大路通羅馬，到底是要研究羅馬還是要研究條條大路？當然是研究條條大路，因為愛有一萬個方法！不愛就沒有方法！」麗英副總更希望透過完整的系統培育，縮短業務夥伴成功的時間，主管可以更壯大自己的組織人數。R