

天道酬勤 日起有功 石文仁 專業 承擔的服務信念

二〇一六年對永達保險經紀人業務籌備處經理石文仁來說是豐收的一年，不只榮膺 COI 會員，更完成 MDP 終身會員的榮耀，同時也朝向組織發展前進，與更多的夥伴共同成就保險事業。文／羅怡如 攝影／楊樹山

會

成功一定有脈絡可循，石文仁的心法就是「信念」。他認為，經

營保險事業，「信念」至關重要，想成功，客戶至上的信念及使命感，極度良好的工作習慣都是關鍵，再來就是「承擔」，再加上天道酬勤，日起有功，滴水必然穿石。

愛上保險 深耕服務

如果說保險業改變了石文仁的一生，真是一點也不為過。至今，首次接觸永達保經的澎湃情緒仍在他心頭激盪。他表示，從前，在證券業，同事間競爭、公司的管理模式及講求短期績效的壓力，讓我我關係都被扭曲，不重視對客戶的關懷，更遑論陪著客戶解決問題。後來，在嚴富民業務資深協理的引介下認識永達，不只開闊視野，對於公司的各項行銷技能、對人的關懷投入，突顯

了保險的價值，更讓他因此愛上這份工作。

由於證券業重視短期績效和周轉率，關於客戶的開發養成、行銷的技能專業都得自己學習，缺乏一套為客戶短中長線的財務規劃、業務技能的訓練，對於高端客戶的稅務規劃、跨國資金的調度、財富的傳承都是相當匱乏的。其實，石文仁轉進時也遇過困難，前六個月他的成績未如理想，分析原因竟是不好意思開口。所幸，他有著熾熱的決心及絕佳的工作習慣，透過永達平台提供專業的教育訓練、課程，再加上既有的市場敏銳度，常與客戶深度分享財經資訊及趨勢，深耕之下，客戶也為他的專業折服。他表示，客戶喜歡與多聞的人對話，業務員一定得保持對學習的執著及對客戶的深耕，對行銷有相當大的助益。



三顆引擎 專業承擔

常有人好奇，石文仁究竟有什麼獨特的行銷祕訣，而且客源又是如何源源不絕？石文仁針對客源開發，備齊了三顆引擎，一是深耕客戶贏得再加碼及轉介，其二是透過原本熟識的金融業營業員引介客戶，其三則是主動開發，透過一對多舉辦講座，提供需求，找到與客戶可信任的連結。至於行銷祕訣則是以「專業」服人，保持對人的溫度，永遠將客戶放在第一位。

他進一步指出，業務代表的價值存乎



教練、策劃者 成就更多 MDRT

熱情，讓石文仁有持續的專注力及

「信念」兩個字，面對艱難的開發、面對客戶的各項難題，業務代表必須從商品、人性、法規通盤確認客戶的需求，才能提供對應的解決方案。所以，行銷的不是商品、是需求、是解決方案。

面對同時要處理專業養成、市場開發、組員培訓、單位策略規劃，業務代表如何取得平衡？他認為，除了有很強的信念和使命感外，最重要的是良好的工作習慣，也就是「該做什麼事的時候，就做什麼。」勤練基本功或許非常枯燥，卻是奠定成功的基石。此外，面對工作分派和客戶提問，還應有「承擔」的勇氣，想盡各種方法來解決客戶的疑問，假以時日，客戶定能感受那份用心。

執行力，在保險路上勇往直前。雖然也有過低潮期，但石文仁的排除之道就是找出錯誤，更提醒自己多接近高能量的人，此時團隊的夥伴及平台上的高手就是解藥，找出問題對症下藥。

對於成為 ZODI 終身會員及達成 COT，石文仁覺得已暫時完成一個里程碑。已朝向組織發展的他認為，身為領頭羊一定要以身作則，他的管理哲學是永遠帶頭衝，給組員希望和目標。另外，視每位組員為重要的事業夥伴，管理上確認彼此間那把尺，讓他們在自信且快樂的環境下成長。

他進一步指出，目前有許多主管赴大陸發展，也考驗在台主管的承擔力和合作力。相信，藉由好的職場文化、工作團隊的全力互助，再加上信任，絕對能向成功挺進。

他感謝永達的平台和教練，以及一

路貴人相助，未來，他深刻清楚應該轉換角色，從打頭陣的業務先鋒，轉換為教練和策劃者。而他的夢想是完成一個擁有百人 ZODI 的職場，帶出更多的 MDRT 終身會員及 COT。



石文仁 Profile

現任：永達保險經紀人業務籌備處經理

保險年資：11年

得獎經歷：

2007 ~ 2008、2010 ~ 2017年

10屆美國 MDRT 百萬圓桌終身會員

2017年美國 MDRT 百萬圓桌 COT 會員

2007 ~ 2008、2010 ~ 2015年

8屆國際華人龍獎 IDA 業務員組銅龍獎

2016、2017年中國之星 CMF 個人組銀星獎、金星獎

座右銘：有信念，無堅不摧！