

專業為經 服務為緯 贏得客戶 高黏著信任

文／羅怡如 攝影／何佳華

「每天改善一%，持續三六五天的結果是什麼？答案是三十七。也就是說，如果每天進步一%，一年後的自己將比現在強三十七倍。」這是樂天社長三木谷浩史用來督促自己的公式。

持續以提供客戶周全保險規劃、打造幸福企業為目標，深耕台灣十八年的永達保險經紀人，要求每一位業務代表深耕專業、服務精進，天天成長學習，成為具備高素質、即戰力、貼近需求的保險專業顧問。

前中後服務 全面到位

保單繼續率一向是壽險行業最被看重的指標之一，永達保經近五年來的十二個月保費繼續率高達九五%以上，突破市場八〇%就是優質的錯誤觀念，遠遠高於同業平均水準。高保單繼續率不僅是業績的展現，更意味著業務代表的服務受客戶肯定。吳文永董事長表示，用心服務、及時服務、完美服務，做一個專業、負責的保險從業

人員，一定有一「同理心」，會站在「服務客戶」的立場及角度處處為對方著想，想盡辦法幫忙客戶解決他的難題，不僅售前、售中的服務做得無懈可擊，定期拜訪、售後服務更是全面到位，這樣的服務才算卓越，自然能提升客戶的信任及黏著度。

的確，永達保經一向以培育「DOT」專業人才做視業界，分析這些保險菁英能夠成功的特質，不難發現他們與客戶產生連結的最好方式，就是瞭解客戶需求、解決他們的煩惱，並給予關心、意見，建立與客戶間的互信機制，也為自己贏得好感。

雙管齊下 贏得信任

想與客戶產生高度的鏈結，吳文永認為，要深耕客戶，業務代表應從專業提升及服務到位著手，尤其是長期保單的銷售流程很長，從陌生拜訪、

二、三次拜訪、保單建議書、送件數、成交率、保單收回等，如何能夠從中找出銷售流程中的弱點並加以強化，不妨向成功者學習、多向優秀的人請益，彼此交流討論，同時透過財經、理財講座的參與，強化財經專業，以全面性高度來思考，解決客戶問題。至於服務方面，以「感動式優質服務」做為自我提升的目標，落實售後服務表的填寫，讓保單更符合需求，以專業贏得客戶的尊重及支持。

一份保單的託付就是一份信任，也是一份責任的開始，業務代表應該一本初衷、持續成長，以專業為經、服務為緯，以「DOT」的桂冠做為行銷的榮耀，為客戶守護資產、規劃風險保障，傳遞保險的真善美。❶

