



強化接續服務 重視顧客終身價值

對保戶而言，最擔心自己成為孤兒保單，有信譽的保險公司重視接續服務，當業務離職後會提供接續人員做保單後續服務，確保客戶的權益。本單元將透過保險專家江敏皎、吳曉萍、呂如玲藉著實際的案例說明，提醒接續服務的重要，進而維戶客戶的權益。

企劃、執行、攝影／羅怡如、余秀萍

「投保的保險公司被購併、原本的業務員離職了，我的保單會不會變成孤兒保單？」不少客戶面對原先招攬的業務員離職、或是投保的保險公司被購併，都會擔心自己的保單會不會就此「無人照顧」。

依據財團法人保險事業發展中心公布，台灣二〇一七年商業壽險（人壽保險及年金險）投保率為二四六・〇四%，意指保戶平均購買二張以上的商業壽險保單。對不少保戶來說，保險是一輩子的事，在漫長的保險生涯中，各式各樣的疑難雜症總會隨時出現，若是出現無人服務的孤兒保單，的確是令人傷透腦筋。永達保經吳文永董事長表示，重視客戶的終身價值，永達落實接續服務，每位客戶必有專屬服務人員，不讓保戶成為保單孤兒，同時業務代表每年須請保戶親簽「售後服務需求表」，客戶權益受到保障，並依客戶各階段需求提供保單健診，讓客戶享有不間斷的優質服務。而關於保險公司的併購是商業上正常行為，屬於保險公司經營權轉移，客戶權益並不受影響。

值得注意的是，造成孤兒保單的因素，也可能是因為客戶聯絡方式改變而未通知保險公司，造成客戶與保險公司之間失聯。因

此，每當變更聯絡地址、電話時，消費者一定要主動告知保險公司。同時，不要認為自己的業務員離職不服務了，就貿然解除保單，尤其過去買的高利率保單要維持住，不要隨便解約。務必保持冷靜，主動與保險公司聯絡或是找到下個為您服務的業務員，並且記得定期檢視自己的保單、準時繳交保費，千萬不要延誤了保費的繳付而影響保單的正常權益，嚴重者，甚至會導致保單失效。

江敏皎的接續服務術

當年從美容業轉戰保險業，江敏皎始終抱持「讓客戶安心」的起心動念。談到保單的接續服務，江敏皎說：「其實，當年我是因為接續件的再成交，才毅然決定轉行、全心投入。當時客戶雖然是孤兒保單，當我進行接續服務時，他還是願意接受相信，選擇我並繼續購買保單，這是一種信賴。」為了讓接續服務的對象安心，江敏皎總是站在客戶的立場將心比心，她

也常思考保險經紀人應該帶給客戶什麼樣的服務價值？她認為，對孤兒保單來說，就是要消弭客戶的擔心，讓客戶隨時找到他的保險業務員。為了真正做到讓客戶安心，她選擇住家附近的接續件做為服務對象。首先她會先進行電話拜訪，讓客戶知道公司非常重視售後服務，已安排同樣專業的業務代表來進行後續服務，先安客戶的心，再與其約定拜訪時間。初訪的時間設定在三十分鐘內，介紹公司



江敏皎 Profile

現任：永達保險經紀人業務儲備處經理
保險年資：10 年
得獎紀錄：
3 屆美國 MDRT 百萬圓桌會員
3 屆 CMF 中國之星業務員組銀星獎

保險服務心法

永達保經業務儲備處經理江敏皎有個習慣，每一位客戶的保單成交後，她都會問他們為什麼選擇找她規劃保單？除了專業、滿足需求、提供滿意的服務外，還有一個答案，就是讓客戶毫無壓力。

接續服務客戶的過程中，江敏皎最常遇到就是客戶問她：「妳會做多久？」她先會笑著跟客戶說：「您都知道我住在哪裡，還擔心我跑掉嘛？我會向客戶介紹公司的世襲制度，當業務代表在職身故或達退休資格時，組織利益五〇%可以繼承或世襲給下一代，面對這麼好的制度，我怎麼會捨得離開，當然是愈做愈開心。」

她的服務心法是「同理心」，讓對方感覺你和他是一陣線，千萬不要急著行銷保險商品，面對客戶，業務代表不妨當個稱職的聽眾，一來增加見識，也會讓客戶覺得受到重視。她認為，態度誠懇、服務專業，用心替客戶解決問題，自然能夠獲得高資產客戶的信任，進而取得保險規劃的主動權。



的定位及詢問客戶當初購買該保險商品的動機及對內容瞭解的程度，她會主動告知客戶她就住在附近，甚至表明位置，讓客戶知道他隨時找得到人。拜訪客戶時，她有自己的服務法寶——售後服務需求表、法律顧問證書及印有公司「logo」的小禮物（沖茶器、撲滿等），透過請客戶填寫售服表，進一步瞭解客戶需求。離開前，她會建立與客戶連繫的管道，尤其通訊軟體（如Line、微信）都相當方便，讓客戶隨時溝通，也表達會針對客戶關心的議題，提供一些簡報資訊給他參考。

她曾經拜訪一位年繳百萬保費的高資產客戶，表明當時購買保單只是因為好友捧場。訪談過程中，客戶對於保單具有資產配置、資產傳承的功能，產生高度興趣，於是進行二訪。高資產客戶大多忙碌、行程緊湊，然而只要能夠獲得信任，都願意給予再多的時間。為了取得信任，她做足功課，掌握客戶喜好與需求，提出精準銷售訴求，互動過程中提供足夠的數據資料，並在現行法令架構下，提出穩健、安全的保險保障及資產規劃，最終獲得客戶的信賴。也因為接續客戶的再成交，江敏皎也達成當年度的MORI榮耀，這是一種肯定，也是她服務客戶的價值展現。

江敏皎接續服務做得有聲有色，許多人都好奇撇步究竟是什麼？她笑著說：「就是保持平常心，把接續服務的客戶當作新朋友，初次見面最好能和客戶聊上幾句，增加雙方的話題，也瞭解客戶的需求，等到下次再訪時，也才知道要準備什麼。另外，個人也要對整體金融市場、最新稅務規定，以及健康養生資訊有基本的了解，至

少不要讓自己接不上客戶的話題。」

吳曉萍的接續服務術

十五年前，吳曉萍從補教業轉進保險業，雖抱持初生之犢不畏虎的態度，卻因不得其法、沒有人脈，業績表現不如預期。後來，帶領她的業務主管發現她善於與人溝通的特質，便希望她接手服務離職業務代表留下來的客戶。

承接離職業代、無人服務的保單，這類型案子要花更多流程處理，為了做好接續服務，吳曉萍先與孤兒保單原招攬的業務代表連繫，請他們打電話通知客戶，讓客戶知道雖然他們已離職，公司還是安排其他業務代表進行服務。吳曉萍表示，這樣的做法，就是讓客戶安心，也排除戒心。之後，她就會與客戶聯繫拜訪時間，面訪時會先瞭解客戶當初規劃的動機，並告知這項商品的優點特質，提醒客戶千萬不要隨意解約，以免造成權益受損。她曾經接續一個案件，是一位已投保十二年，但保費卻已墊繳四年的退

休公務員，當她進行初訪時，客戶直接表明不想再繳了，想要解約。但她認為，早期的保單利率皆較高，保單解約會造成損失，她決定為客戶保全。當下她與客戶溝通，告知對方若採取解約的做法，不僅過往的保險費無法全數拿回，也將使保障產生缺口。至於保費墊繳是以保單價值準備金抵繳應付保費及利息，雖然可以維持保單的效力，不過，保戶還是要補繳保費與墊繳期間之利息，不然保單的價值準備金都被扣完時，保單就會停效。

客戶聽完她的風險評估之後，加上瞭解了所購買的增額終身壽險的特性，第二天就將前四年墊繳的保費，全數償還繳清，至今保單也將滿期，也為她轉介了許多朋友，稱讚「保險」真是惠己利他。

有些客戶當初是因為人情保，買了就放著也從未檢視，對所購買的保險商品內容也全然不知。就像有一位

小辭典

保單價值準備金

保單價值準備金是依保單實際上計算保費所用之死亡率與預定利率來計算，保單價值準備金可視為保戶過去所繳保費扣除必要支出後存在於保險公司用來支應未來保險金給付之金額。舉凡要保人辦理保單貸款、更約、加減保、減額繳清或展期定存、計算保單分紅等皆以保單價值準備金，而非以責任準備金為計算基礎。



吳曉萍 Profile

現任：永達保險經紀人業務儲備處經理
保險年資：15 年
得獎紀錄：
3 屆美國 MDRT 百萬圓桌會員
3 屆 CMF 中國之星業務員組銀星獎

保險服務心法

當年因為服務的補習班要擴新點，於是永達保經業務儲備處經理吳曉萍離鄉背井到台中。從事保險業的房東看上她樂於分享不怕生的特性，鼓勵她轉型，就這樣她從白紙入行，卻在保險業找到自己的價值，甚至愈走愈歡喜。

雖然家人不反對她從事保險，卻直接表明不會主動為她介紹宣傳，既無人脈也無關係，陌生開發屢屢碰壁，思考後決定從接續服務著手。朋友對她說，做接續件吃力不討好，好像是接下別人的爛攤子，但吳曉萍卻不認為，因為這些客戶對於保險商品已有觀念，溝通及建立進一步關係更為容易，同時她也堅信只要讓客戶感受「我誠心為你們服務」，就有機會拓展人脈，讓彼此變成朋友。

重視客戶是吳曉萍的利器，財經稅務資訊分享、理財講座邀約外，吳曉萍會邀請客戶參加公司舉辦的公益活動，包括邀請年紀較長的客戶聆聽愛傳承演唱會等，客戶感動之餘肯定公司回饋社會的做法，也對她更為認同。



呂如玲 Profile

現任：永達保險經紀人業務儲備處經理

保險年資：12 年

得獎紀錄：

3 屆美國 MDRT 百萬圓桌會員

3 屆 CMF 中國之星業務員組銀星獎

保險服務心法

在日本被譽為「經營之聖」稻盛和夫說過：「付出不亞於任何人的努力，積善行，思利他。」這句話也是永達保經業務儲備處經理呂如玲的座右銘及服務之道，除了專業到位之外，呂如玲以善為出發點，帶著客戶做公益，把愛的種子不斷散播。

呂如玲學的是會統，原本在貿易公司擔任財務工作，之後成為經營二家體育用品店的企業主，經營管銷、財務。在用品店隔壁店家媳婦的引介下，她進入永達，因為認同退休財務規劃，加上她認為保險也是經營錢的事業，即使是白紙入行，也完全無縫接軌。善於財務規劃的她，加上本身又曾任企業主，所以很容易與高端客戶對焦。

每回看到客戶因為妥善的保險規劃而獲得保障，就是她最開心的事。她感謝客戶的支持與信任，並慶幸能成為客戶無可取代的好朋友，為客戶守住辛苦累積的財富，確定給客戶安心立命、無憂無慮的完美人生。

客戶當初因為捧場買了年繳十二萬的增額終身壽險，當她進行接續服務拜訪時，瞭解這位客戶是名約聘人員，從售後服務需求表及退休問卷中瞭解她的退休規劃全得靠自己打理，找出客戶的問題點及需求提供解決建議，後來這名客戶不僅加碼購買新保單，也增加了失能險的規劃，從初訪到簽單，不到兩個月的時間。吳曉萍認為，其實客戶都很有保險觀念，只是對於商品不是很清楚，針對客戶的疑問提出解答，增強客戶的信心，自然能夠

獲得青睞。

關於接續服務，吳曉萍從不以成交保單為前提，她給予客戶的承諾是，絕對會服務一輩子。她認為，保單沒人服務，客戶一定很慌，就算他們沒買新保單，服務還是要做，而她也從保單接續服務，找到自己的價值。為了服務客戶，她重視專業與服務並進，透過完整及綿密的財稅課程，讓她成為客戶眼中專業的保險從業人員，這幾年接連獲得 ZONE 榮耀，她也會感謝客戶們願意給她機會及靜下

心來為自己的財富把關。

呂如玲的接續服務術

談到接續服務，呂如玲視其為理所當然，只要是客戶就應該被服務。特別是每張保單的背後，都是一個故事，每位業務代表都應該清楚明白客戶保單存在的意義與價值，才能讓保險事業長久經營。

呂如玲認為，對於初接觸保險工作者，承接接續件反而是與客戶建立關係的開門石。她以自己接續服務的流



程說明，拿到資料後，她會依地區別安排，與客戶聯繫進行初次拜訪，先協助瞭解客戶保單狀況，除了檢視保額及保障內容，也要注意過去投保時填寫的資料，與現況是否相符，包括職業、婚姻狀況、子女人數、通訊地址、保險受益人等，如果有變更就要協助知會保險公司進行更改，以免影響契約效力與自身權益。

與客戶溝通的過程中，她也會檢視客戶的人生階段是否有新的變化，與客戶一起盤點新人生階段的保障需求及風險缺口有多少，找出客戶的擔心點，之後提出保障規劃的建議。尤其

退休之後的規劃，需涵蓋退休生活，醫療與照護為保障首要，並正視伴隨年齡而增加的醫療需求或是失能保障，以避免未來醫療開支侵蝕退休金；另外，針對退休族群，提醒可以透過保單調整，為自己規劃幸福晚年。而面對高端客戶服務時，她會從資產配置的觀點分析，分散風險是高資產族要買保險的原因；此外，節稅雖然不是保險的主要訴求，卻是重要的附加價值，也會一併提醒。

呂如矜服務客戶就是抱持一個原則——讓客戶安心、滿足客戶的需求、以客為尊。她曾經接續一位電信業高階主管，因前一位服務的業代到職場辦理講座後，客戶進行了保單規劃，業代離職後，客戶很擔心變成孤兒保單。呂如矜瞭解其擔憂，除了肯定告知未來將由她做售後服務，並與客戶約定每二至三個月就來拜訪，持續至今已十年。

對於接續客戶，她的經驗是別急著成交下一筆，而是要深入瞭解客戶。為了避免影響客戶作息，她總與客戶相約午餐時間，以這名客戶來說，因

為小孩年齡相仿於是有了共同話題，偶爾她也會提供財務管理、稅制變化的訊息，讓客戶掌握趨勢。在一次談話中，客戶告知有一位同事因感冒突然半癱，家庭生活自此大受影響，她便以此為例，提到規劃失能險的必要。關於保險觀念就這樣一點一滴地累積在客戶心中。

有一天客戶繼承了一筆遺產希望進行保單規劃，她建議選擇增額終身壽險，當繳費期滿後保單價值會逐年複利遞增，隨著投保年期愈長，累積的保單價值愈高，等於用一份保單同時完成資產保全、移轉、增額等規劃。她問客戶為何選擇保險？客戶笑著回答：「就是被妳的財經資訊教育的，因為把資金存放在銀行要繳交利息所得稅，大額存款利息收入要計收的健保補充保費，而且現在銀行利率很低，年老退休後就會倒吃老本。」

因為樂於分享、看重客戶的需求，呂如矜反而讓不少客戶感動，之後的再成交率也相當高，成為她重要的業績來源，再透過客戶的轉介，服務口碑愈來愈好。