

# 開拓組織 打造行銷利器 永達保經 夢想達標平台

文／羅怡如 攝影／何佳華

瑞士再保最新 Sigma 報告指出，二〇一八年台灣壽險滲透度達一七·四八%，十二度奪下全球冠軍，合計產險的滲透度則高達二〇·

八八%，同樣稱霸全球，顯示台灣人對保險的鍾愛。而二〇一八年全球保費首度突破五兆美元大關，來到五·一九三兆美元，占全球 GDP 六·一%，整個保險市場持續東移，未來中國將成為主要的驅動力量。

台灣投保率高達二二·五%，競爭激烈也逐漸飽和，提及保險業兩岸人才交流，近年來不少頂尖業務員積極西進，轉赴大陸開拓組織、開拓職場第二春，替大陸保險市場注入不同的思維。永達保經吳文永董事長指出，保險業務員赴大陸發展，一定要打「組織戰」，既然決定要去大陸發展，就一定要把組織做大，時間管理、團結向心，每個步驟都是關鍵。頂尖業務員西進，口條好、有講課能力是必要條件，並要做好受挫折的心理準備，認同保險組織的企業

文化，以團隊力量出擊，加上不怕被拒絕、具備陌生開發能力，在大陸保險市場才有機會無往不利。

優秀的保經業務代表想成功，良好的工作習慣、態度缺一不可，永達有一套二一六一行銷準則，吳文永希望業務代表都能將其融入生活、追蹤進度及照表操課，並向高手請益，進而提供客戶最佳服務。他進一步指出，業務代表應透過步驟、時間安排，提升效率。在周計劃表中應做好已成交、未成交的客戶管理，針對個人活動記錄表，報告並檢討個人有沒有比上一個月進步，檢討內容包括晨訓率、KPI 成交率、週六理財講座學習態度、保單核實狀況、新名單開發狀況、二一六一績效、售後服務有沒

有做好、客戶轉介紹、輔導功能等，同時也要瞭解單位整體的營運指標，夥伴間彼此共同維持優點、改善缺點。

永達西進策略奏效，在於複製成功的平台及優秀導師制的雙效加乘。想進軍中國市場的業務夥伴，需在台灣透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永達「樂於分享」的文化，培養相互融合、互助合作的習慣，更透過講師團隊，力求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，相信透過一連串的成功方程式，業務代表都能達標，朝向「保險企業家、保險創業家」的目標邁進。

