



2022 年度 最佳成就獎 & 業績大賽處級組冠軍 石文仁 點石成金 超業最強推手

2023 年對石文仁來說，是個豐收年，默默擔任超業幕後推手的他，藉由「以業績驅動增員、以晉升加速增員」的策略加速組織成長，鼓勵大家華麗轉身，挑戰自我、超越自我！

文／洪詩茵 攝影／何佳華 部分圖片／石文仁



Profile

現任：永達保險經紀人業務籌備副總

保險年資：17 年

得獎紀錄：

2022 年度最佳成就獎第一名

2022 年度業績大賽處級組第一名

2022 年 25 個月繼續率個人組第一名

2022 年奧捷高峰會議處級組第一名

2022 年瑞士極峰會議處級組第一名

美國 MDRT 百萬圓桌終身會員（16 屆、COT）

中國之星 CMF 主管組銀星獎

中國之星 CMF 業務員組銀星獎

IDA 國際華人龍獎

座右銘：有信念 無堅不摧

★ MDRT 屆數係指永達保經累計 MDRT 次數

從證券業轉戰保險業，從一個超業轉型發展組織，永達保險經紀人業務籌備副總石文仁在 2016 年達成 MDRT 終身會員之後，就為自己立定下一個追求的目標——轉型團隊長，傳承自己的銷售經驗，就是他的選擇。這些年下來，他堅持帶頭做，實施沃土計劃，手把手地輔導組員銷售、增員，終於在 2022 年爆發式成長，讓他一

舉拿下度最佳成就獎、年度業績大賽處級組第一名、25 個月繼續率個人組第一名等榮耀肯定。

失望與轉變的緣起

1997 到 2006 年，石文仁服務於證券公司，回憶那段日子，雖然是在財富管理的領域，但每天都被責任額壓得喘不過氣，完全以商品為導向，責任額愈來愈高，主管卻完



全不教銷售，實施放牛吃草的策略，除了常常要為績效煩惱，公司還實施輪調政策，每當他熟悉之後，又面臨輪調，不斷地重新開始、重新適應、重新開發，讓他非常厭倦這樣的日子。

2006 年最低稅負制開徵，永達掌握到這項稅務利多，該年業績大爆發，正好 2005 年他的年終獎金非常差，詢問過後，又只得到似是而非的答案，當時看到原本的同業嚴富民業務高級副總轉戰永達之後薪資三級跳，加上當別人在談最低稅負制時，身為證券經理人的他竟然聽不懂，於是毅然在 2006 年轉入永達，學習稅務財經相關領域的專業。

沃土計劃讓行銷模組化

或許是過去長期浸泡在財經環境培養的紮實根基，石文仁對財經相關專業的消化速度極快，2006 年進永達、2016 年就完成 MDRT 終身會員的成就，習慣設定目標的他表示：「當我完成 MDRT 終身會員後，就覺得自己應該有下一個追求的目標，轉型團隊長就是我的選擇！我的銷售能力蠻好的，也清楚知道業務銷售流程的每一個動作，知道每一個步驟該做些什麼，我希望能發展組織，大量培訓組員，傳承我的銷售經驗。」

在從行銷轉組織的過程中，一路上也是跌跌撞撞，石文仁坦言：「最初其實犯了一個大錯，我總

覺得我的方法是最好的，就要組員用自己的方法，常常會覺得為何教這麼多也學不會、這些不是都很基礎嗎？後來才理解到，成功的方法不應該只有一條，應該適能適性地去看待所有夥伴的優點，提供對應的資源即可。」

「沃土計劃」就是石文仁的工作目標，他將行銷的每個環節系統化與流程化，提供策略和方向感，讓業務代表知道下一個動作是什麼。他說：「就是持續地提供養分，辛勤的播種、施肥、灌溉、除草，先不要問何時可以收割，但就是把土壤弄到很適合種子發芽茁壯，讓夥伴可以得到他們需要的所有資源。浸泡式的學習終能勝出，端看我們有沒有持續地提供養分。多一點的耐心，加上帶頭做，永遠是良方。」

該做的事堅持做持續做

石文仁有非常良好的工作習慣，他會在一年的初始，1、2 月的時候，擬定當年度的工作計劃，並針對組員一個個盤點他們的年度計劃，接下來就是依據計劃表逐月、逐天的檢視進度、找出問題、擬定策略。他每天 8:30 進公司，就會開始一天的工作計劃，上午的時間留給組員，全力協助他們解決行銷與增員環節上的所有難題，讓組員第一時間都可以找到他；下午的時間就是服務客戶、講課、訓練；



晚上回到家，小孩寫功課、他寫工作計劃與教案，這樣的工作排程始終如一，每天做好該做的事，春夏秋冬…長期下來，自然會有收穫。

擁有大量訪談經驗的他，會把心得寫在教案上，紀錄整個行銷流程，當業務力有未逮時會陪同諮詢，也會親下市場解說，因為一直在銷售、陪同銷售，所以他擁有無比龐大的數據庫，紀錄無數的教案，能提供許多置入性的問題和解答，提供組員實務上的協助。

永達是個很好的平台，善用公司大平台舉辦的活動創造機會，活動後的效能，回歸到每個單位的小平台在細節與執行面的設計與著墨，例如公司舉辦大型財經講座，之後業務代表的消化與吸收就是他這個團隊長的責任，透過扮演好以下三個角色：Be a good giver（給予者）、Be a good farmer（農夫）、Be a good founder（創建者），幫助更多組員擁有更好的成就，淬鍊他們為銷售高手。

議題式行銷策略

面對問題，一般人習慣直覺式地說明，常常落入講太多、問太少的問題，忽略了只有講到位、才有答案！石文仁上過大量課程，在這一行浸泡的時間非常久，對於講師的講課內容可以快速內化，一直都有「行動圖書

館」的稱號，也會定期在永達舉辦財稅課程。他進一步從執行層面解釋，他辦理許多講座活動，一般業務可能會不知道講座為何而辦，即便聽完一場講座，仍舊懵懵懂懂，他會幫組員咀嚼老師上課的內容，協助他們融會貫通，進而實務應用。

透過舉辦活動，能協助組員尋找客戶，給他們接觸客戶的機會。舉例來說，如果今天要談海外資金回台的議題，專業在哪？客戶在哪？如何透過保險切入？他會負責將資源兜攏，包括講座需要的簡報、教案及營銷策略，甚至還會因應組員需求舉辦講座，並且透過同業交流找到有對應需求的客戶來參加講座。議題設定可以讓需求與服務對接，找到對的客戶參加講座。

有些業務不知道如何舉辦講座？有些業務不知道如何講課？有些業務不知道上哪找人來聽課？石文仁的「沃土計劃」就是要為組員解決行銷與增員上的難題。一個月至少有十幾天都在開課的他，透過水平時間管理，同時兼顧組織發展與個人行銷，他提到，舉辦課程的效率，能夠同時兼顧銷售、增員、訓練，舉辦講座的過程中，有需求的客戶自然會向他提出問題，他只要提供對應服務即可。

面對疫情試煉，仍然創下亮眼績效，石文仁將其歸功於組織長

期浸泡式教育的積累，他指出，雖然之前因為疫情無法接洽客戶，但客戶卻也因為這次疫情提高了風險意識，加上他們過去長期舉辦講座課程，相關資源非常豐沛，疫情期間，他們大量轉用線上系統舉辦講座課程，工具永遠不缺，只是要持續性地執行。進入後疫情時代，有鑑於線上模式畢竟有無法觸碰受眾反應的缺點，他們也會漸漸加強實體課程，回歸面對面有溫度的接觸。



協助超業行銷組織並進

本身就是超業的石文仁，非常清楚超業都在想些什麼，「他們可能有一些怪脾氣，但因為理解這些超業的狀態，所以我都可以包容與接受。讓一個超業轉型組織，他們不是沒人，只是不想帶人，因為嫌麻煩，我會告訴他們，這個部分交給我，一個人帶組員的難處，我都曾經走過，所以可以在初階培訓上提供很多協助，透過平台的力量，協助新人快速導入。」放下過去的自以為是，他把所有心思放在如何協助菁英在永達成功創業。

對業務菁英來說，行銷與組織一直是「魚與熊掌」的議題，但石文仁卻能同時兼得，他指出，大家都知道行銷和組織要並進，如果同時業績也到位，組織也擴大，當然就可以成就高效團隊。問題常常就在於兩者很難兼顧，一旦業務代表行銷上遇到困難，就會很容易先放掉增員；團隊長也是，如果單位績效沒有出來，就會選擇回頭先顧好銷售端。

面對這個兩難的習題，石文仁提出一個解方，他的做法是：

- 一、以業績驅動增員、以晉升加速增員。
- 二、達標後轉增員，建立十年組織大富翁思維。
- 三、團隊資源指向降低招募、輔導、訓練門檻。

當業務代表有業績時，講話比較有底氣、口袋深、也比較有心思想增員，所以銷售力是組織最關鍵的基

石。當領先組達標，要建立十年組織大富翁的觀念，讓他們開始轉增員；然後第二批夥伴達標，也開始轉增員，這樣單位中就一直會有業績和新增人力。

團隊長的工作，就是把資源引導到降低組織發展的門檻，運用平台的力量協助訓練和定著，這樣單位就會一直有高效的業績，也會有新增的人力帶來新業績，甚至會出現很強的戰鬥氛圍，自然各式競賽就能高效達標，這也是文仁處能夠拿下 2022 年奧捷高峰會議與瑞士極峰會議處級組第一名的關鍵因素。

打造「極望成林」的願景

2023 年，對石文仁而言，是組織發展的翻轉年，在他一步一腳印的擘劃下，預期今年組織將會有爆發性的成長，是他計劃中的晉升年，他期許內部能晉升更多團隊長，預計招募 90 位成員、培植 30 位 MDRT，內部晉升 3 至 5 位業務籌備協理。

他也勉勵：「MDRT 是意志力的展現，就如同我的座右銘『有信念，無堅不摧！』我們單位有一句 Slogan『點石成金』，只要經過培訓，每一個人都能發揮所長，從石頭變成黃金。滴水可以穿石，但是要滴在同一個點上。」

「極望成林」是他對組員們的期許，透過能力的培養加上沃土計劃，從樹苗、大樹、到一座茂密森林，「從我開始，從每一個 MDRT 開始。」