

# 立足台灣大膽西進 保險磁吸兩岸人才

保險不一定是夢想的工作，但可達成夢想的生活。只要選對平台，成功與你的距離就很近了。

文 ● 邱建文 攝 ● 劉振豐



●永達保險經紀人公司業務協理 陳翠芳



●東海大學財務金融系教授 王凱立

保

險業的增員力道很強，也吸引很多人加入，但成功者少，退場者多，或成就不如預期，那麼成功的關鍵到底是甚麼？也有業者大膽西進，但贏家更如鳳毛麟角，可見同文同種也未必是成功的保證，那麼決勝點又是什麼？在新冠疫情打亂整個市場之際，成功者前進的脚步為何不受影響？

成敗之間，從保險西進的成功範例或可一窺堂奧，電視節目「健康保險大家談」邀請保險菁英現身說法，並

引很多人加入，但成功者少，

成功的關鍵到底是甚麼？也有業者大膽西進，但贏家更如鳳毛麟角，可見同文同種也未必是成功的保證，那麼決

勝點又是什麼？在新冠疫情打亂整個

市場之際，成功者前進的脚步為何不受影響？

了一定的作用。

邀財經教授以學者的觀察，針砭兩岸保險和金融科技的發展現況和未來趨勢。

東海大學財務金融系教授王凱立也明確指出，儘管新冠疫情還在進行式，但在中國的四大紅利之下，疫情對大陸並未造成長期的影響，包括一、經濟增長紅利，相對於歐美主要國家的經濟衰退，中國第二季已有二位數字成長，可見恢復成長態勢明顯；二、政策紅利，當其他國家都是零利率和負利率時，中國的存款準備利率卻超過一二%，而疫情之後更加大力道在貨幣寬鬆和減稅等政策，以降低企業

## 精準市場定位 立於不敗之地

永達保險經紀人公司業務協理陳翠芳在中國帶領永達理福建分公司多年，她表示從大陸保險整體發展來看，第一季受新冠肺炎疫情影響嚴重衰退，但第二、三季卻逆勢上揚，可見疫情對民眾的健康和財富的危機意識發揮

負擔和增加民眾消費力；三、線上消費紅利，儘管線下消費減少，但如中國物聯網等的線上消費卻大幅增加；

四、改革紅利，中國金融保險市場更開放寬外資限制。

「四大紅利將促使大陸從投資轉到消費，從製造業轉到服務業。」他強調，服務業和消費絕對是未來發展的亮點。

掌握機會點，輔以精準的市場定位，就能凸顯和競爭者的差異化優勢，一

如王凱立所說，「市場定位就是在對的時候、對的狀態，和消費者進行對話。」

陳翠芳說，從保險需求來看，人人都需保險作為轉嫁風險的工具，部分族群則需財務規劃，亦即從人身保險轉嫁到財富管理，如稅務規劃、資產傳承等，而永達即以財富管理為行銷主軸，發展出企業的品牌優勢。

因為公司有明確市場定位，業務區經理陳芸喬即以「相信公司、相信自己」放手一搏。前者透過訓練平台的複製系統，跟隨「MDRT百萬圓桌會員」的主打節奏，讓專業和收入都取得高標準的國際肯定，並致力追求

保險的真善美，贏得「保險信譽獎最佳通訊處」的榮耀；後者則促使她

從醫療險強項轉型到財富管理，因為「醫療險雖可解決病痛的經濟風險，但我更想陪客戶一起到老，因此轉型聚焦在退休養老規劃。」

業務區經理傅玉雯也以「三心」追隨公司腳步，以「有心」為動念，努力追求石頭變鑽石的策略與工法；以「專心」於訓練平台，精益求精於知識和技術，提升軟實力和硬實力；秉持「恆心」的持久力和耐挫力，遇逆境而奮鬥不懈。

## 教育訓練平台 與師徒制相輔相成

因應市場定位，人才培訓也有了不同專業和型態的發展。王凱立指出，保險常見行銷方式包括以人為主的行銷管道，定位在滿足客戶的客製化需求，如稅制規劃和資產配置等；二是網路的銷售平台，如推出壽險、意外

**健康保險  
大家談**  
精彩節目內容  
詳見 YouTube



失業人數就超過四十七萬八千人，更而新冠疫情還在延燒，單是八月的

### 面對業務挑戰 態度取決一切

無庸置疑，網路科技已是金融保險刻正追趕的全球趨勢，不僅為契合社會大眾的使用習慣，也為提供更具競爭力的武器，吸引新秀加入。而對陳芸喬和傅玉雯來說，訓練平台無論在贏取MDRT的個人榮耀和擴大組織發展，確實都發揮了不斷複製的加乘效果，加快成功的速度。

陳翠芳進一步指出，這樣的行銷方式，人才培訓也必然是重要課題。

「過去台灣偏重師徒制，很多業務員一輩子都跟著一位師父，優點是可近距離的精雕細琢，但缺點則是無法超越師父，就像俄羅斯娃娃越套越小，我們則結合兩者，既有教練在身邊提點，又可透過網路平台快速複製人才。」她舉財經專業的培養為例，每週六分析全球金融發展，每週三則是稅務平台，還包括軟性的生活資訊等，都是通過不同專業而建構的培訓平台。

身為十五屆MDRT的終身會員，她以兩者整合的訓練方式，在台灣栽培二十七位MDRT，在大陸不到三年，也培育了十五位會員。

值得一提的是，當她身負重任到大陸開疆闢地，台灣的培訓運作並未因此中斷，主要關鍵就在訓練平台，一如傅玉雯所說「借力使力」。陳芸喬也表示，以前她深信「凡可複製皆不可投入」，但如今透過訓練平台，反



●永達保險經紀人公司業務區經理 傅玉雯



●永達保險經紀人公司業務區經理 陳芸喬

陳翠芳進一步指出，這樣的行銷方式，人才培訓也必然是重要課題。一輩子都跟著一位師父，優點是可近距離的精雕細琢，但缺點則是無法超越師父，就像俄羅斯娃娃越套越小，

我們則結合兩者，既有教練在身邊提點，又可透過網路平台快速複製人才。」她舉財經專業的培養為例，每週六分析全球金融發展，每週三則是稅務平台，還包括軟性的生活資訊等，都是通過不同專業而建構的培訓平台。

身為十五屆MDRT的終身會員，她以兩者整合的訓練方式，在台灣栽培二十七位MDRT，在大陸不到三年，也培育了十五位會員。

值得一提的是，當她身負重任到大陸開疆闢地，台灣的培訓運作並未因此中斷，主要關鍵就在訓練平台，一如傅玉雯所說「借力使力」。陳芸喬也表示，以前她深信「凡可複製皆不可投入」，但如今透過訓練平台，反

儘管網路學習平台可無限延伸，但王凱立也指出，網路學習平台並非只是網路加上學習，而是多功能、全方位的知識傳遞過程，必須具備四大條件，一是設備投入，若硬體不適合，則學習亦受干擾；二為教材內容，若過於呆板，則學習大打折扣；三則若平臺為單向，未建立回饋機制，則無法提出問題產生互動；四在學習的孤獨感，必須建立社群機制，創造討論交流。

而網路科技不僅創造不限時空的學習平台，從產品到通路，從核保到理賠，甚至後台的客戶服務，都顛覆傳統價值，產生鋪天蓋地的創新影響。

特別是「網路銷售平台化」，可讓客

前者具有積極冒險的特質，勇於開拓市場，後者則埋首勤耕，雖不擅言詞，但有親和力，可建立客戶的信任關係，

而深得「凡可複製皆可投入」的領悟，即使主管身在大陸，訓練平台仍如常運行，不斷提升實力。

### 線下到線上 網路科技大爆發

