

疫情下以議題突圍的雙冠王

一般業務員都是找到客戶之後，再去挖掘他的需求點，但他們運用議題去找客戶，直接切中客戶的需求。

二

○二二年全球疫情未歇，壽險業務持續衰退，

績，靠的就是「議題」操作而出奇制勝。

石文仁回顧那段全國封鎖的日子，雖然人心惶惶，但在他領導的「北四—8」營業單位卻以節奏有序的課程安排，穩定

健康保險
大家談



精彩節目內容
詳見YouTube

新契約保費收入銳減二六·二%，壽險業務員人數也下滑，雙雙創十五年新低。然而，石文仁的團隊卻戰力十足，以初年度保費一·七億元

因應環境變化掌握趨勢
快速轉型線上和議題操作

「記得二〇二一年發佈三級警戒時，正好是週日，第二天

馬上海報解除之後，再推上原本熟悉的實體課程，乃至二〇二

拿下永達保險經紀人公司業績大賽處級組第一名和年度最佳成就獎；在無法接觸客戶的窘境下，仍能贏得雙冠王的佳

「線上課程著重三大部分，包括專業技術、業務開發和營

銷管理，即使後來疫情趨緩，亦未鬆懈。」也因此，線上操作產生的效益持續發酵，至今仍與許多遍佈北中南的客戶保持線上溝通的習慣，以此持續深耕服務。

年淬鍊，分公司經理人的經歷，讓他更能快速掌握市場脈動，特別是在線上舉辦的客戶說明會，由於二〇二二年美元匯率和銀行利率的急劇浮動，可能造成資產的大幅縮水，因此以議題式的深入解析，導入保險規劃，確保客戶的財富安全。

「一個商品規劃就能承諾客戶安全的現金流」，轉進永達保險公司之後，他更加瞭解保險除可規劃退休養老外，亦觸及更廣泛的財富管理，例如針對資產傳承的稅務規劃等，即可協助客戶產生不同人生階段的需

求。直球對決經濟危機
深化議題互動吸引客戶

從壽險同業轉進的北四—8
籌備協理洪世衡並補充，「議題的設定都和民眾有關，包括政府頒佈的稅務法則和全球財經趨勢，而一般壽險業務多訴諸人情行銷或熱銷商品，較少涉獵這兩大區塊。」

也因為緊抓市場脈動，更能吸引客戶的關注，加上線上方

式提供充裕的時間進行互動交流，而能進一步取得更多資訊，讓保險規劃更符合客戶需求，因此帶動整體團隊的業績

成長。他回想十七年前，毅然決然從厚積實力的證券轉換到從零開始的保險，即基於證券投資的不確定性，「每次遭遇經濟

需求。」從壽險同業轉進的北四—8
籌備協理洪世衡並補充，「議題的設定都和民眾有關，包括政府頒佈的稅務法則和全球財經趨勢，而一般壽險業務多訴諸人情行銷或熱銷商品，較少涉獵這兩大區塊。」

他回想十七年前，毅然決然從厚積實力的證券轉換到從零開始的保險，即基於證券投資的不確定性，「每次遭遇經濟



●永達保險經紀人公司
北四-8籌備副總經理石文仁

在議題操作上如魚得水。他強調，創造議題不同於一般的行銷方法，「因為一般業務員都是找到客戶之後，再去挖掘他的需求點，但我們是用議題去找客戶，直接切中客戶的

需求。」在石文仁以議題策略的領導之下，新冠疫情對永達北四—8全處而言，反倒不像是逆勢操作，而是順風而行，順應經濟危機而補強客戶的財務風險管理。

以學習型的團隊定位 吸引人才擴大組織增員

不僅業績大幅成長，北四—8的人力亦有攀升，「當我們為業務夥伴找到客戶而產生業績之後，也同時鼓勵進行增員，為當時頻傳的失業危機再挹注新創事業的希望。」石文仁接著指出，當團隊同仁表現亮眼時，也會讓共事夥伴意識到長遠的事業發展，從業務銷售走向組織增員。

石文仁強調，組織發展是更重要的議題，因此依序展開「以業績驅動增員，以晉升加速增員」的節奏，躋身MDRT百萬圓桌會員的成就感，不斷激勵雄心壯志勇於突破。



●永達保險經紀人公司
北四-8儲備協理張立昇



●永達保險經紀人公司
北四-8籌備協理洪世衡



●永達保險經紀人公司
北四-8籌備協理蔡瓊琳

同時，他也把北四—8

定位為學習型的團隊，以吸引熱愛學習的新人加入，「不只永達保經擁有很好的培訓系統，全處為了運用議題找到對的客戶，也培養大量的講師，夥伴既從中汲取保險專業知識，也可訓練自己成為優秀的講師。」

誠如蔡瓊琳所言，「新冠風暴打破在公司服務一輩子的安逸想法，逐漸意識到必須不斷提升自我能力，藉此展開更多的事業機會。」選擇系統性的培訓環境就是最好的路徑，而保險可以協助客戶做好人生的規劃，也使這份工作更具意義。

「高度的專業可衍生服務的熱忱，就能把保險事業做好。」學習型的團隊讓洪世衡深刻感受到「定位」的重要性，必須先學習如何為自己和團隊定位，甚至為市場和客群定位，才能提供更有效的服務，也吸引到更好的人才。

永達保經一貫強調「以專業吸引人才、以服務代替管理」，即落實於學習型團隊，以分組分工確保執行細節的到位，讓夥伴再次體悟「以服務代替管理」的精髓，而獲得組織管理的心法與技能。

選才著重態度再養成沃土 讓好園丁好種子開枝散葉

學習型的團隊意味深度的培

訓，也是蔡瓊琳從銀行轉進永達保經的初衷，她以一身的專業本事，為客戶提供深度的保險規劃，「尤其新進人員未必有豐沛的人脈、便給的口才，甚至稱不上精力旺盛，但永遠的培訓平台不僅主題多元，亦可複製協助訓練，達成自我、組員和客戶的三贏效益。」

「既是學習，『態度』就非常重要。」石文仁建議新人加入保險之前，不妨先問自己能不能把壽險當成重要的事業發展？願不願意跟著團隊一起成長？「只要態度正向，跟上學習的節奏，從事壽險就不難。」

張立昇也提醒，加入壽險行列必須「專注」，因為若是當兼差來做，客戶就得不到應有的服務。



蔡瓊琳選才則著重「品性」，基於保險是誠信事業，就不能只以賺錢為目的，而是深念客戶的風險考量。

洪世衡的選才條件似乎又更簡單，「只要對人有點喜歡，願意關心人就好。」因為後續

會再培養耐心，也會打開慈悲與愛的能量。

一如石文仁所創建的學習型團隊，人人各有特質，但凡融入團隊精神和文化，便離成功不遠。而他對組員的輔導，也以適人適性為本，耐心傾聽夥伴的需求，進而協助規劃

未來，「然後把他們一路上要帶的東西都準備好」，包括為每一個階段設定目標，提供配套方案，並協助提升應備的技能等，同時傳遞全處行進的方向，包括年度策略和季度計畫等，以彼此呼應加助戰力。

就像疫情封鎖突襲而至，他轉型為線上模式，並結合議題策略，而關鍵

更在於應變速度之快，一如孫子兵法的「兵貴神速」戰略，才讓業績展現爆發性的成長。而疫情之後，也將隨著技術到位而有豐盛的收割，包括和醫材商、藥材商和金融同業的交流會，進行更緊密的連結。

石文仁憑藉嚴格的自律，要求務必以身做則，期許未來帶出更多的「團隊長」，持續提供養分和肥沃的土壤，讓優秀的種子可以發揮所能，逐漸開枝散葉，擴大造福更多客戶，如同他常對夥伴所說，「你不可以當好園丁，也能當一個好的創建者角色，甚至成為好的Giver。」