



▲ Monica 黃笑珍，以每年達回 MDRT 業績為目標，更於去年獲頒。

保險生活化

媽媽以身作則帶子關懷客戶

觀的要求有時可化成奮鬥的動力，至少百萬圓桌會（MDRT）終身會員黃笑珍（Monica）曾有這樣的體驗。她首次符合 MDRT 業績時，MDRT 總會規定：連續兩年達到 MDRT，才可在名片印上這個代表業界最高榮譽的標誌，她遂以此為奮鬥目標。目標產生動力，加上遇到事業上的首宗理賠個案，Monica 深刻體會到保障的重要性，便更起勁工作，結果二不離三……連年達標。今年亦積極工作再度達標，晉身 Honour Roll，即取得 15 年 MDRT 會員資格。

Monica 有如此佳績，不是一蹴即至，首度成為 MDRT 會員是她入行第 7 年的事，她說那是運氣使然，有機會做到小量大額生意。不過，若 Monica 對行業沒有信心，沒有堅持的韌

力，也沒持續思索及進修以提升服務之道，幸運之神未必會降臨到她身上。首兩次達標後，感到興奮之餘，也令她「生出癮來」；不過，她覺得近年個人最大的動力是來自公司的肯定和嘉許。「能與公司很多同事一起參加海外業務會議，也可從中獲得不少樂趣，這推動我更勤奮地工作。」



做出成績後，黃笑珍的努力成果也對兩個兒子產生了潛移默化的作用，長子當精算師，幼子則加入了她的營業團隊，堪稱是一個「保險世家」。

這個「保險媽媽」入行初期，適逢家姑患病。Monica 因工作時間較具彈性，能夠陪伴家姑進出醫院，妥善地照顧她。

然而，Monica 更努力把這份關懷之情逐漸延伸到她的客戶身上。「保險業含有愛和關懷的特性，從業員若想展示這種精神，便應關懷客戶的家庭、健康和事業，這既有助建立客戶對你的信任，又可在為客戶構思財務方案時予以考慮。只要投入地關懷客戶，便會逐漸建立起客戶網絡；若單純為了做生意而接觸客戶，很易令他們卻步。」



關懷客戶是理財從業員感性的一面，但想有滿意的成績，便應情理兼備，以 Monica 為例，她便經常思索時事與客戶保障或其他理財範疇的關係。「2003 年沙氏肆虐時，不少同業與客戶雙方都未必樂於會面，但可致電向客戶問候一番，並在適當時機邀請他們檢視自己在醫療和住院方面的保障。金融海嘯前，很多客戶熱衷藉股票類投機活動或置業來賺錢，但金融動盪過後，有些客戶可能選擇轉向長綫而平穩的投資回報，基金投資便可迎合這種要求。近期發生菲國挾持人質事件後，從業員更應提醒客戶購買旅遊保險的必要性。」

習慣從時事中擷取銷售點子，Monica 坦言這令她的視野開闊了，能達到「保險生活化」的境界。可是，令 Monica 在事業上愈做愈起勁的原因，是她體會到保險助人的意義。她憶述 96 年一宗印象深刻的危疾賠償個案：「客戶賴太，當時僅 30 餘歲便得了腎病，幸好危疾賠償讓她獲得足夠的生活費，令丈夫可暫停工作來照顧她和子女。」

當 Monica 對這個家庭的經濟有點擔憂的時候，賴太竟主動為丈夫購買危疾保障，她解釋，是預防丈夫他日罹患危疾時，不用擔心醫療和生活費。14 年後，男戶主因身體檢查而

發現心臟出現問題而須動手術，他因有危疾賠償而可選擇微創手術，毋須開刀。



客戶主動關心個人保障，始終屬於少數。因此，Monica 也跟隨成功的黃金定律：勤奮見客，保持足夠的活動量。Monica 建議：「活動量要多之外，定期檢討也是重要的工作流程。可把全年目標細分為多個小目標，定期如一季檢視個人的營業額、成功接觸的新客戶人數、多少次會面能做成生意……不是無定向風地出招。」

短期做得好，雖可靠意志力，但要持續成功，便有賴正面的思維和心態。Monica 鼓勵同業說：「大家應 Think BIG，敢於發夢，敢於以每年達到 MDRT 業績為目標，敢於突破個人框框！我們控制不了客戶的決定，但可以擇善固執，矢志不移地向目標進發，不宜抱持

『可做可不做 MDRT 會員』的心態。過去的成績不代表我們未來的成績，過往未嘗做到 MDRT 會員也不要緊，凡事總有第一次啊！」



▲ 家人與 Monica 的團隊成員一直無間地支持。



▲ Monica 的團隊成員不斷地努力，取得一些專業認證資格，也統一開往行前活動。