05-13 頂尖保險銷售心法與實戰SOP拆解

頂尖保險銷售心法與實戰SOP拆解



本場內部培訓由講者Peter主講，以中國大陸頂尖保險業務員「阿標哥／呂啟標」為核心案例，從其長年實績、心法與執行細節，萃取一套可複製的銷售心態與SOP。內容兼顧「理念建立」與「流程落地」，並以高度紀律的名單經營、會面腳本與跟進機制為骨幹，指向穩定產能與高質量客戶的長期累積。

頂尖銷售案例分析：「阿標哥」的成功之道

- 基本成就與里程碑
    - 在中國大陸市場（講者指其環境、產品與市場氛圍「比較辛苦」且單張規模較小），呂啟標累積30年共8,000名客戶。
    - 資歷與榮譽：從業30多年，其中25年達成MWT、18年達成COT；並為首位在大陸做到MWT且受邀演講的華人。
    - 連續776天開單（active）為其標誌性紀錄；此數據在場內亦曾被質疑是否有重複計算（Speaker 6），講者以「不必執著挑錯」回應，重點在其高頻率與堅持。
    - 入行動機：30年前看到招募廣告標榜「月薪過萬」而主動加入。
- 心法與作風
    - 自述「不靠高深技巧，厚臉皮＋不斷地問」；銷售不是賣產品，而是「賣情感、賣人，再加一個概念」。
    - 名言與實操：

        - 「沒有痛苦不會買單」—引導問題與場景，凸顯風險與需求痛點；
        - 「成交之前看能力，成交之後看頻率」—初期比拼專業與說服，長期靠接觸密度維繫與放大客戶終身價值；
        - 「保險不是幫你賺錢，是幫你保住你的錢」—將保險定位為財富防禦與生活秩序的護欄。
    - 客源結構：早期可冷開發，成熟期主打轉介（referral）。其常態化「送蛋糕」並「送蛋糕即銷售」作為高頻觸點與關係維護手段。
    - 專業形象：惡劣天氣仍著正裝面客，以「保持專業」獲客戶認同；在信件、月曆、日曆上印「我願意為你全家提供服務，人壽保險將會是我終身的職業」以傳遞使命感與可信度。
    - 社群經營與時代觸覺：雖非網紅，但長期經營微信群、客戶群、鐵粉群並持續拍片與投放，透過日更式「小額但持續」的流量與觸達累積入客。
- 客戶長期深耕範例：「李總」時間線（關係建立的耐心與策略）
    - 2002年：透過朋友介紹認識，但對方未購買（已有保單）。
    - 2003年：在同公司偶遇（對方為他人顧客）。
    - 2004年：持續拜訪與跟進。
    - 2005年：成功以「家庭單位」切入，為其丈夫與子女購入，共4張單。
    - 後續節奏：幾乎「每年一張」，金額不一定大（如10萬、20萬、數十萬不等），但透過持續補強與資金到期再配置，形成長期滾動（策略重於運氣）。
    - 強化轉化的場景設計：曾邀李總參與「高端客旅行團」（團友多為自己人）並設抽獎讓其中獎，當場促成88萬、繳3年的單；亦曾由他人轉述「阿彪欠兩萬、差一張單」呼籲幫忙，以情感與情境推動決策（講者以此作為案例分享，不鼓勵學員「過度誇張」，主張取其一半、守正合規）。
    - 客戶反饋模式：即便客戶說「買完這張就不買了」，次年仍能愉快再購，印證「頻率＋價值提供」的長尾效應。
- 價值定位與專業使命
    - 呂啟標以「正義感」自期，將「保障不足」視為應被糾正的現實風險問題；曾分享客戶罹患危疾後回函致謝與道歉的真實案例，印證持續專業勸導的社會價值。

    - 金句：「銷售行業沒有一夜成名。努力吧，直到你的銀行戶口的結餘，好像你的電話號碼一樣。」（對應香港8位數、大陸11位數之激勵語境，為原話轉述）。

成功銷售的觀念與心態建立

- 去偏見、向上學：講者強調對成功者不應抱持仇富或「陰謀式」刻板印象，而要走近、拆解其方法，吸收可複製元素再內化；「沒有奇蹟，只有累積」。
- 目標客群選擇：聚焦「高端客」可放大單張保費、降低開發成本、提升重複購買與轉介紹動能。若缺乏高端人脈，應主動「借位學習」與刻意接觸，理解其決策偏好與風險管理邏輯。
- 產品觀與價值觀：從「賣商品」轉為「提供解決方案」；先定義問題，再交付具體可行的規劃組合，否則易陷入「把別人錢變成自己的錢」的短視循環，難以長期成功。
- 專業形象與第一印象：服儀、禮儀、會談節奏與可驗證事實（如公司力、風控力）皆是信任的基石；第一眼必須「不輸專業」。
- 專注與取捨：不要同時追逐過多目標；認清自身是「長跑累積型」或「短期爆發型」，無論節奏如何，任一階段均只做「與目標高度相關的事」。
- 頻率思維：大多數人「輸在頻率」而非能力；以高密度的觸點（問候、資訊、服務、節慶物件）打造「不斷線」的信任與機會。
- 期望管理：長期賽局中會遇到拒絕、冷處理與無回覆；在心理上預演與承接，降低波動感，方能持續累積。
- 社群與時代觸覺：在AI與社群平台成為「新入口」的年代，個人IP與線上足跡會先於真人會面發生，應主動建置「與業務高度相關的內容陳列」。
- 引導與自信：不要過早示弱或「未談即求介紹」；保持正確姿態，讓客戶在一定時限內有序考慮，配合禮貌且有節奏的追蹤。

標準化銷售流程（SOP）實戰教學：從接觸到成交

- 為何需要SOP
    - 以餐飲業「開燈—開櫃台—打烊」的日常流程為喻：有流程收入更穩；無流程則忽冷忽熱。
    - 本SOP聚焦「把不是客戶變成客戶」的全鏈路，將模糊的銷售轉化為可執行、可複製的動作清單。
- 名單經營（Name List）與約客（Approach/Power Hour）

    - 名單是命脈：一千位名單即具備不愁單源的基本盤；以各類活動（如展會）單次可取得約10個名單，100天可累積1,000個。
    - 約不到就回編名單持續溫度維護；如同呂啟標「三年才約到」的耐力范式，重點是「名單夠多＋循環回訪」。
    - 約客腳本需量度；可電話或訊息約見，但務必自查成效並與夥伴演練（客戶沒有受過「拒絕訓練」，你只是在約見，不在電話中銷售）。
- 會面節奏（兩至三次核心會面）
    - 會談次數預告：先向客戶說明「通常會有2–3次會面」，第一次重了解與教育，第二次正式出proposal，第三次如需微調再約；此舉可明顯降低客戶防衛心。
    - 第一次見面SOP
        1) 自我介紹與公司背書：說明業務範圍、背景、發展目標；以「我們辦公室客戶最多、規模經濟使成本更低、醫療有事賠錢無事有禮」等可查驗主張提升信任（如鼓勵Google搜尋AIA資料）。
        2) 瞭解客戶（FAT FILE）：設計問題要有引導與追問邏輯。必問之一：「今天有沒有特別想了解或知道的事？」必問之二（退休前導）：「除了強積金外，還有沒有做其它退休規劃？」
            - 對「尚無規劃」者，避免令其尷尬；可自問自答補上教育：強積金具波動性，宜以穩定儲蓄配比支撐；非得30年長供，也可5–10年架構。
        - 口頭方案（預算預先校準）：先以「約2,000多元、不超過3,000元」等級別測試反應，以免後續書面方案價格落差過大導致「彈鐘」。
        - 總結與下一步：若客戶要「回家想想」可敬重其節奏，但提示「本月優惠較大」之時效訊息；目標不是強簽，而是建立合作關係並避免無限期拖延。
    - 轉介紹（Referral）最佳時點：簽單後「前三個月蜜月期」介紹率最高，話術可簡潔直接，重點在「量」與「時機」。
- 日常作業與工具
    - 活動量至關重要：設定固定「Power Hour」集中約客；以少數「黃金產品 / Sales Kit」深耕熟練度，避免面面俱到卻樣樣不精。

    - 用AI輔助（如「豆包」）：當「不知道聊什麼」或需要素材時，以AI縮短準備時間，維持高頻觸點。
    - 跟進禮儀：玩頻率而非騷擾；以禮貌且明確的下一步提議維持節奏（如「下週再通一次電話」）。

SOP深度拆解：會議流程與關鍵技巧

- 第一次見面：結構與關鍵動作
    - 自我介紹：以業務範圍、公司實力、發展目標建立信任，並事先說明「會面次數與節奏」降低戒心。
    - 服務框架：先說明可協助「檢視既有保單是否合適、是否可省費或補強保障」，並界定「足額保障」可參考「3×5年收入」等口徑。
    - 文件順序：需簽名的授權（如保單查詢）應「早提晚簽」——讓客戶知悉流程，但安排在會面末端執行，避免一開始造成壓力。
    - 問題設計：FAT FILE以「有方向的追問」理解其家庭結構、財務目標、風險承受與既有配置。
    - 預算預校：口頭方案金額與最終Proposal應高度一致（例如口頭3,000元就不應書面開到8,000元），維護信任與效率。
- 第二次見面：方案證明與計劃書解說
    - 銷售工具：準備「退休規劃天書 / 內容冊」作為對話底稿，從「財富健康、身體健康、心靈滿足」的整體退休圖景切入。
    - 產品定位（以AIA為例，為講者原話轉述）
        - 銀髮族設計取向：因應壽命延長與通脹，強調資產增值、資金靈活與傳承安排，並可設定持久授權書與監管人以應對失智等情況。
        - 計劃書講解順序：先講特性與機制，再講金額；以「供款五年後派息、本金增值、十年為一單位」等易算節點呈現，不用繁雜數字。
        - 傳承示例：可設計從長輩（如85歲）轉名至下一代（如0歲孫），延長派息視野至100年。
        - 報酬與風險：避免只談「回本期」，應連結退休目標場景；對非保證回報的疑慮，強調投資團隊與風控制度之事實背書。
    - 公司力佐證（講者提供之數據，原樣轉述）
        - 投資團隊200多位專家，管理資產逾2,800多億。

        - 償付比率為286；講者稱「遠高於正常公司要求的850」（數字對比以講者原述為準）。
        - 香港擁有四棟物業，其租金亦納入分紅來源。
        - 過往產品實現率（fulfillment ratio）高，復歸紅利產品最低約93%、最高達106%。
        - 股票類資產配置區間由55–75%調整為0–80%，提升避險與操作彈性。
- 促成與跟進
    - 促成（Try Closing）：目標在會面當天簽收；若需考慮，以「本月優惠」等時效資訊設定回應期限。
    - 跟進（Follow-up）：堅持頻率＋禮貌；切勿用「不適合就介紹朋友」等過早退讓之語氣削弱專業姿態。
- 延伸實務重點
    - 客源主戰場在「人非人」：敢開口談大單，才有被認真視作大單供應者的機會。
    - 退休市場結構：當前資金多在「富一代」50–70歲客群；產品設計與話術應貼近其「安全、可支配、可傳承」的核心訴求。
    - 專業自律：持續維持面談專注與學習態度（現場亦提醒避免會中滑手機），將每次演練視為產能訓練。

Action Items

- @禮儀
    - □ 年內達成MWT（講者對禮儀之明確期望） - [TBD]

□ @Peter

- □ 將培訓中提及之照片與兩份資料（含女經理案例）整理後傳交Angus - [TBD]

□ @Angus

- □ 接收Peter資料後，分發給全體成員 - [TBD]

2026-05-13 富人教室 Peter Yu

> 日期和時間： 2026-05-13 10:19:39
> 地點：[插入地點]
> [插入標題]

保險業務心法 高端客經營 退休與傳承規劃

主題

本講座聚焦保險業務的高產能方法與心態，比較大陸與香港市場差異，強調厚臉皮與高頻觸達、轉介紹體系、SOP化約客及痛點導向溝通。以高端客經營、長週期再配置、社媒私域運營、專業形象管理等提升成交率。並闡述保險作為風險管理與退休傳承工具的價值，提供實務話術、流程設計與數據背書。

要點

1. 第二季「遊人教室」開場，[Speaker 1]介紹主題為「先有富人的思維，再有富人的資產」，並邀請老闆Peter分享。
2. [Speaker 2]表示緊張，分享起因是他定期外出學習，曾參加一個講座，主題涉及在大陸做保險與香港的差異及可行性。
3. 對大陸保險市場的觀感：環境、氣氛、產品「不好」，回報低，「一兩釐」，難以為客戶帶來價值；產品銷售方式如「供20年」、「20多歲供到60歲不用供」，但若要拿錢要「拿回所有本」，回報與香港相比「差很遠」。
4. 提出一位在大陸某保險公司工作的講者，做了「三十年」，擁有「八千個」客人，平均「一年二百多個」，且需每年維持；引發質疑其方法與刻板印象（例如「做艇」、「賣屎忽」等偏見）。
5. [Speaker 2]強調不要以「仇富」或道德貶損的角度看成功人士，應該認真學習其成功方法；即使「做艇」也未必做到「八千個客人」。
6. [Speaker 2]以PPT分享，提到講者名為「呂啟標（阿標哥）」；其保險從業「三十多年（即三十年左右）」，其中「二十五年是MWT」，「十八年是KOT」，並且是「MWT第一個不知道是不是大陸的人在MWT做speech」。
7. 講者「連續776天開單」，每天active「776天」，為「周濟」的紀錄保持者；當年入行原因是見到招募廣告標示「月薪過萬」，在「30年前」月薪過萬很厲害，於是「自己舉手進來做」。

8. 講者的作風：不靠複雜技巧，重「厚臉皮」與「不停地問（聞）」；屬於「top producer」的內在思維是把成功者視為學習對象，而非以偏見詮釋（如女性拿到「COT」「TOT」就認定有「sugar daddy/sugar mommy」）。
9. [Speaker 2]指出很多真正的努力與厲害之處未必在公眾視野，看見同事做得好應「細緻了解」「聊天」「吸收成功」「再發酵」。
10. 行業核心很簡單：「做客」，要「認識她」，也要讓「她認識你」；提醒在課堂中不要被手機分心，採用「old school」專注聆聽，除非非常緊急，不要邊按電話邊聽。

金句

- `"成功的人我們要去學習的。"-- Speaker 2`
- `"很多真正的努力未必在公眾會看得到，見到同事做得好就細緻了解、吸收成功、再發酵。"-- Speaker 2`
- `"保險不是幫你賺錢，保險是幫你保住你的錢。"-- [Speaker 2]`
- `"一言不中，千言無用。"-- [Speaker 2]`
- `"老年的時間怎樣過，年輕的時候決定。"-- [Speaker 2]`
- `"你要提供價值，而不是把別人的錢變成你的錢。"-- [Speaker 2]`
- `"有痛苦才會買單。"-- [Speaker 2]`
- `"保險不是用來改變生活的，是用來防止你的生活被改變的。"-- Speaker 2`
- `"你買或者不買，意外都不增不減；你信或者不信，風險都在你身上。"-- Speaker 2`
- `"不是你不懂得選擇，是你什麼選擇太多，你不懂得犧牲。"-- Speaker 2`

章節和主題

對大陸保險市場的評估與比較

> 討論在大陸做保險與香港的差異，包括環境、氣氛、產品與回報；指出大陸產品模式（供20年、20多歲供到60歲不用供，但拿錢要拿回所有本）以及回報低至「一兩釐」，相對香港回報可翻幾倍，差距很遠。

- **關鍵點**
    - 環境與氣氛：被形容為「不好」，業務開展較辛苦。
    - 產品結構：供20年；20多歲開始，供到60歲不用供；提領需「拿回所有本」。
    - 回報水平：提到「一兩釐」，與香港相比回報差很遠；香港長期增值可「翻了幾倍」。

    - 客戶價值：在低回報環境中，難以為客人帶來理應的價值。
- **講解**

  講者以自身外出學習的經驗，引出對大陸保險市場的可行性質疑。透過具體產品條款與回報數字（如一兩釐、供20年、60歲不用供、拿回所有本）說明市場特性與客戶價值限制，進而對比香港的回報幅度，指出實務推展的困難。

- **Examples**

> 「譬如你供20年，一個遺疾這樣，譬如你20多歲你供20年那你就有保障了你到60歲，不是供20年，你到60歲就不用供了但其實你要拿錢是要拿回所有本的。」

    - 分析：此產品在供款期與停供年齡設定上具有吸引力（60歲停供），但提領條件嚴格（需拿回所有本金），疊加市場回報「一兩釐」，使得長期累積增值有限。
    - 影響：客戶若以增值或現金價值為目標，將面臨回報不足與流動性低的問題。
- **註意事項**
- 在評估市場時需同時檢視環境、產品結構與回報水平。
- 即使產品宣稱停供年齡優勢，仍需審視提領條件與實際現金價值。
- 客戶價值是核心衡量，低回報可能削弱服務意義。
- **特殊情況**
- 如果遇到客戶對大陸保險產品回報有過高期待，如何應對？應以具體條款與數字（如一兩釐、拿回所有本）說明現實回報與流動性限制，進行風險教育。

高產能業務員的行為與心態模型

> 以「呂啟標（阿標哥）」為例，展示高產能保險業務員的紀錄、經歷與思維，包括連續「776天」每日active開單、從業「三十多年（即三十年左右）」，其中「二十五年是MWT」、「十八年是KOT」，以及入行動機（「30年前」見到招募廣告「月薪過萬」）。

- **關鍵點**

    - 紀錄與里程碑：連續776天開單，為周濟的紀錄保持者。
    - 資歷與榮譽：三十年左右從業；25年為MWT；18年為KOT；曾在MWT做speech（被稱為第一個不知道是不是大陸的人）。

    - 入行動機：30年前「月薪過萬」的招募號召力，當時屬高薪。
    - 方法論：不靠複雜技巧，重厚臉皮與不停地「問」。
- **講解**

  以具體數字呈現持續行動的極致（連續776天開單），說明高產能的本質不是偶然，而是長期高頻次的行動與心態。其資歷（25年MWT、18年KOT）與演講經歷強化業界認可。入行原因反映當時市場薪資吸引力，行事方式體現勤奮與抗挫。

- **Examples**

> 「連續776天開單，active，每天active776天，是周濟的紀錄保持者。」

    - 行為要點：每天維持拜訪、成交或推進，形成長期複利的客戶累積。
    - 管理要點：需有嚴密的自我管理與節奏設計，避免中斷。

> 「當天，即是30年前他見到保險的招募是怎樣的呢？可以月薪過萬，即是30年前過萬，很厲害的，他就入了行。」

    - 背景分析：30年前「月薪過萬」具有極高吸引力，促成人才流入。
    - 影響：動機雖源於薪資，但後續靠紀律與行為累積達成頂尖成果。
- **註意事項**
- 長期高頻次行動需要可持續的節奏與身心管理。
- 紀錄雖重要，落地方法（厚臉皮、持續提問）更需系統化。
- 業界認可（MWT、KOT、speech）可作為品牌信任背書。
- **特殊情況**
- 如果連續行動遇到中斷，如何處理？應立即復盤原因、調整節奏與目標，確保次日恢復active，避免拖延。

破除對成功人士的偏見，建立學習導向

> 反對以「仇富」心態或道德貶損（如「賣屎忽」「做艇」）來解釋他人成功，提倡主動學習成功方法、細緻了解並吸收再發酵。

- **關鍵點**

    - 偏見類型：以外貌、財富、性別與人際關係揣測成功來源（如sugar daddy/sugar mommy）。

    - 學習導向：將成功者視為值得學習的對象，主動交流、請教、理解其方法。
    - 組織文化：鼓勵同事間分享與深度訪談，複製可行策略。
- **講解**

  透過對社會刻板印象的點名與反駁，將注意力從道德評判轉移到方法學習，促進團隊建立正向、務實的成長文化。

- **Examples**

> 「很多時候我們有些女士拿到COT或者TOT，那你會想什麼？床單…肯定是sugar daddy，sugar mommy…但其實不是，原來你再瞭解一下，大部分是女士的，她是做女士客的。」

    - 方法重點：專注女性客群的經營策略可能是取得高榮譽的關鍵。
    - 文化建議：用事實與方法來理解成果，避免以偏概全。
- **註意事項**

- 遇到他人卓越成績時，優先選擇請教其方法而非揣測動機。

- 建立跨同事的案例學習機制，系統化萃取成功要素。

- **特殊情況**

- 如果團隊內出現仇富或貶損言論，如何處理？應即時引導至方法探討，要求以客觀數據與行為證據支持觀點。

業務基本功：客戶認識與專注力管理

> 保險業務的基礎在於「做客」，雙向認識（你要認識她、她要認識你）；同時在學習與會議中需要專注，不被手機分心，除非非常緊急。

- **關鍵點**

    - 雙向認識：建立與客戶的相互認知與信任。
    - 專注管理：採用old school的專注方式，避免邊按電話邊聽。
    - 互動規範：鼓勵提出問題或挑戰，但需保持集中與有意義。
- **講解**

  強調業務工作的核心是人際連結與持續互動。為提高學習效率，需管控注意力，避免數位干擾，確保資訊吸收與思考品質。

- **Examples**

> 「我們這麼多時間，除非真的很緊急…現在那個年代很容易被電話引誘…希望大家集中一點…當聽歌的話就沒有意義…如果在回覆什麼？一定是在回覆客人。」

    - 行為準則：除緊急狀況外不使用手機；若使用，應以客戶服務為先。
    - 學習品質：專注聽講能促進吸收與提問。
- **註意事項**
- 為會議設定明確的手機使用規範。
- 建立問題清單，提升課堂互動的聚焦度與價值。
- **特殊情況**
- 如果必須在課堂中使用手機，如何處理？應先向主持人示意，確認為客戶緊急事項，並迅速處理後回到課程。

高端客經營策略與定位

> 聚焦高淨值客群可帶來更高保費、更低邊際成本與更強的共幹效應與重複購買。要服務高端客，需調整貨架、策略與方案設計，從“發現問題—提供解決方案”出發。

- **關鍵點**
    - 高端客單價高、維護成本相對低，轉介紹能力強。
    - 改變“貨架”：產品、話術、接觸渠道與人脈圈層同步升級。
    - 行為轉變：敢於在生活情境中主動開口，例如旅行前主動詢問是否配置旅遊保險。
    - 價值主張：以價值交換而非資金轉移，建立專業可信度。
- **講解**

  講者指出多數業務把自己“定格”在普羅市場，導致單均低、成本高。若要轉向高端，必須同步改變“貨架”（可提供的產品與解法）、策略（如事件節點行銷、痛點導向）與方案（客製化資產配置），才能在高端客限制的時間與注意力內完成有效溝通。

- **Examples**

> 遇到客戶提到要去旅行，主動厚臉皮過去詢問：是否已購買旅遊保險？以實際情境切入需求。

    - 識別即將發生的風險場景（旅行）
    - 提出低阻力試探問題
    - 快速提供對應解決方案

- **註意事項**
- 主動但不冒犯：以關懷與風險提醒為出發點。
- 話術要簡潔聚焦痛點。
- 準備多層次方案以配合不同預算與風險偏好。
- **特殊情況**
- 如果遇到高淨值但防備心強的客戶，如何建立信任？以轉介紹與專屬活動建立低壓接觸，先給價值資訊後再談產品。

長週期客戶經營與再配置節點管理

> 以多年跟進、事件節點與到期資金再配置，形成可預期的“每年有錢到期、每年有錢再投”的節奏。

- **關鍵點**
    - 把握繳費到期、產品滿期、資金挪動等時間窗。
    - 以服務、資訊與方案更新維持高黏著。
    - 轉介紹作為規模化的主要來源。
- **講解**

  講者強調透過“產品結束—資金空窗—再配置”的機制，將客戶旅程設計為可重複與可預期的循環。每次再配置皆以新的痛點與目標為由，避免流於推銷。

- **Examples**

> 2002年透過朋友認識李總（女士），當時因其已有保險未成交；2003年在同公司繳費時偶遇；2004年開始“拜航”、跟蹤拜訪；2005年簽下首單，並陸續為其老公、子女投保，共“搞了四張”。其後維持每年跟進與加保，金額節奏為“十萬，二十萬，十萬，二十萬，幾十萬”，直到2023年仍以專屬高端旅行、抽獎等活動情境促成“二頭八十八萬交個三年”的加保。客戶多次表示“不再買”，業務方仍以服務與節點溝通持續回訪。

    - 起點靠轉介紹，並非即簽，需耐心鋪墊。
    - 以多年跟進建立信任，逐步擴展至家庭多被保人。
    - 以活動行銷在情緒高點促成加保。
    - 以產品繳費與到期節點實現再配置。
- **註意事項**
- 紀錄並管理客戶關鍵日期（繳費、滿期、家庭事件）。

- 活動行銷需真實有價值，避免過度商業化。
- 尊重客戶表達的“暫停”意願，但保留服務觸點。
- **特殊情況**
- 如果客戶明確表示暫不加保，如何處理？回應“OK，沒問題”，改以服務與資訊維繫，於下個資金節點再訪。

痛點導向的專業溝通

> 以聆聽先行，抓住核心痛點，提供對應的解決方案；同一產品因對應痛點不同，價值與定價空間不同。

- **關鍵點**
    - “有痛苦才會買單”，先挖掘痛點再談方案。
    - “一言不中，千言無用”，精準話術重於冗長敘述。
    - 風險分級：一般風險每年幾萬元；財務風險幾十萬元。
- **講解**

  針對不同風險層級匹配相應方案與保費級距，避免以價格先行；先確立“為何現在要做”，再談“做什麼與怎麼做”。

- **註意事項**
- 培養深度傾聽與結構化問診能力。
- 以數據與案例支撐痛點。
- 提供多方案選擇，讓客戶有掌控感。
- **特殊情況**
- 如果客戶對痛點不自覺，如何引導？使用情境化提問與同儕案例建立共鳴。

銀髮族與退休規劃

> 老年化趨勢與長壽社會確立；大筆資金集中於五、六十歲、六、七十歲“富一代”。退休規劃的核心是讓“老年的時間怎樣過，年輕的時候決定”。

- **關鍵點**
    - 五年供期對高齡客並不長，應破除業務自身偏見。
    - 退休計劃不僅為自己，也關乎子女與家庭穩定。

    - 手心向下的助人心態，提升信任與接受度。
- **講解**

  用價值觀對話連結客戶對晚年尊嚴、獨立與家庭關係的期待，將退休規劃從“買產品”提升為“安排未來生活品質”的決策。

- **Examples**

> 一位爸爸八十多、接近九十歲，出現老人痴呆前本欲將房產分給四個女兒；後出現失智狀況，最終由太太持有並完成過戶，引發大女兒不滿。顯示在缺乏事前規劃與監護安排下，實際處置可能背離本人原意。

    - 強化事前規劃的重要性（信託、保單受益人、遺囑等）。
    - 針對高齡客設計簡明、可執行的傳承方案。
- **註意事項**

- 避免以“供期長短”嚇退高齡客，強調解決目的。

- 連結子女關係與家庭資源的實際考量。

- 搭配法律工具（遺囑、信託）降低執行風險。

- **特殊情況**

- 如果家庭內部已存在矛盾，如何推動規劃？以第三方專業顧問與法律工具中立介入，確立意願與流程。

團隊紀律與專注文化

> 會議與演講中的專業禮儀與自我要求，建立高效學習與彼此尊重的團隊文化。

- **關鍵點**

    - 開會勿分心滑手機，除非極重要事項。
    - 演講者與管理者不會當場點名批評，但會影響對個人的信任與評價。
    - 多上台、多分享，透過實戰提升表達與洞察。
- **講解**

  透過紀律養成專注力，確保每次訓練與分享都能吸收要點，形成長期複利。

- **註意事項**

- 內部場合可直言糾正，對外保持專業。

- 自我要求先於外在監督。

轉介紹體系與活動行銷

> 以優質服務與專屬體驗促成高質量轉介紹；活動行銷結合情緒高點，提升成交率。

- **關鍵點**
    - 禮品如蛋糕可作為情感觸點，但不應過度依賴。
    - 專屬旅行、主題派對、抽獎等活動可創造情境成交。
    - 轉介紹是MDLT等高績效客源的主要來源。
- **講解**

  打造“服務—體驗—口碑—轉介紹”的正循環；活動設計要與解決方案相匹配，以免形式大於內容。

- **Examples**

> 邀請高端客參與僅限高端客可參加的旅行，團友多為團隊成員，活動中設計抽獎環節，賓主盡歡後促成“二頭八十八萬交個三年”的加保。

    - 以專屬感與榮譽感強化客戶歸屬。
    - 在高情緒時點提出具體方案，降低決策阻力。
- **註意事項**
- 活動需真誠且與客戶利益一致。
- 轉介紹前要確保基礎服務體驗優秀。
- **特殊情況**
- 如果客戶對活動敏感或反感，如何替代？改以一對一深度諮詢與專家聯合會診提供價值。

業績標準與認知校準（MWT/COT/TOT）

> 強調業績達標並非靠“神話”，而是合適客戶在合適時點的策略結果。

- **關鍵點**
    - 一個月達成MWT/COT/TOT在區域內曾出現，關鍵在於客戶需求與資金時點相符。
    - 避免自我神化或迷信導師，回到需求—解法—時機的基本面。
- **講解**

以事實校準心態：成功不是偶然，而是長期鋪墊與節點把握的必然。

- **Examples**

> 客戶原本想做股票投資，恰逢有資金願意做保險以分散風險，遂進行分5年配置；每年1百七十萬美金，形成整體投資組合的擺位。並非“假單”，而是客觀需求轉化。

    - 需求真實存在（分散風險）
    - 資金量級與產品匹配
    - 把握時機完成配置
- **註意事項**
- 警惕幸存者偏差，不以個案過度推演普適策略。

保險的價值定位與溝通

> 闡述保險的本質是風險管理與生活保障的“防變”工具，與客戶信念相對齟齬時的溝通策略，透過案例突顯不足額投保的遺憾與加保的重要性。

- **關鍵點**
    - 保險不會改變事故的發生，但能防止生活被事故改變。
    - “買/不買、信/不信、愛/不愛”，風險不隨個人態度而變。
    - 家庭自信偏誤普遍存在，需以案例（如“陳伯”80歲、損失“幾十萬”）喚起風險感知。
    - “沒買錯的單，只有買不夠的補單”，聚焦保障缺口與加保時機。
- **講解**

  講者以直接對比句式強化風險客觀性，避免客戶以情緒否認風險。透過“陳伯”案例引導學員用真實損失數字強化說服力。對已出險的客戶，強調專業與責任，避免“恐嚇式”推銷，改用保障缺口與持續服務來建立信任與加保路徑。

- **Examples**

> 女經理多年持續拜訪，客戶原意買“30萬”後縮至“10萬”，後來真的“中危疾”。客戶來信感謝多年堅持與專業，為過去的拒絕與難聽話道歉。女經理回應：不要客氣，遺憾是現在不能再買當時那張，但可考慮持續補足保障。

    - 前期多次被拒，持續專業觸達。
    - 出險後客戶認知改變並反饋感謝。
    - 代理人重申保障缺口邏輯，提出後續補足而非指責。

- **註意事項**
- 避免以“嚇人”為主的話術，改以責任與保護價值出發。
- 對自信過度的家庭觀念提供具體風險與數據。
- 強調“保險防變”的定位，避開“投機/改變生活”的誤解。
- **特殊情況**
- 如果遇到已出險且曾多次拒保的客戶，如何應對？以同理與專業回應，聚焦保障缺口與後續可行補足方案，避免指責與情緒化。

能力與頻率的銷售框架

> 將銷售流程拆為成交前的能力與成交後的頻率管理，強調高頻觸達、短時拜訪與持續維護舊客的有效性。

- **關鍵點**
    - 成交前：專業能力與溝通影響轉化。
    - 成交後：以頻率取勝，持續接觸舊客與準客。
    - 高頻短觸：若“不知說什麼”，可用AI（如“豆包”）設計話題，會談可縮至“十五分鐘”。
    - 拜訪數量決定結果：“拜訪、拜訪、拜訪”。
- **講解**

  講者強調後端經營的重要性，鼓勵減少“有事才聯絡”的被動模式，以固定節奏與高頻短觸建立在場感。當缺乏話題時，借助AI生成內容或問題清單，提高效率與觸達密度。

- **Examples**

> 將原本2小時的會面縮短為“十五分鐘”的Touch，固定每週或每兩週一次，使用AI生成行業小貼士、保障檢視清單、年度節點提醒，持續在“密合期/蜜月期”（簽單後頭三個月）索取轉介紹。

    - 設置短會模板與SOP。
    - 每次拜訪聚焦1–2個小主題。
    - 在前“3個月”完成轉介行動。
- **註意事項**
- 不要只在需要銷售時才觸客。
- 縮短單次會面時長，提高觸達頻率。

- 在簽單後“頭三個月”主動要轉介，話術可簡單直接。
- **特殊情況**
- 如果多次觸達後對方冷淡，如何處理？降低頻率但保持節點型觸達（生日時、年度檢視季），避免打擾同時保持存在感。

客單策略與心智邊界

> 你銷售什麼取決於你相信什麼；若日常只談每月“1000–2000”，就難以推“大單”（如“十萬元美金”）。多數人的建議未必適用頂尖目標，需對標“1%–3%”“5%–10%”的方法。

- **關鍵點**
    - 信念決定話術與客單上限。
    - 避免被“八九成人”的共識限縮，向頂尖學習。
    - 資訊過濾能力關鍵，不可盲從周遭的平均建議。
- **講解**

  講者以“市場多數建議 vs 頂尖實務”對照，指出若想衝刺大單與高產能，必須改寫自我信念與學習來源，建立與高端客單相匹配的對話框架與提案結構。

- **註意事項**
- 設定對標對象為“1%–3%”或“5%–10%”的頂尖者。
- 調整日常話術，避免習慣性把自己鎖在低客單。
- **特殊情況**
- 如果所在團隊普遍反對衝大單，如何自處？建立外部學習圈與導師制，確保方法論與心態不被內部平均值拉回。

社交媒體與私域運營（AI時代的IP）

> 系統經營私域流量與個人IP，透過微信群、小紅書等平台持續內容輸出與引流，結合適度“課金”與日更，積累鐵粉池。

- **關鍵點**
    - 運營“三個微信群”“十個客戶群”“十五個什麼群”，累積“五萬幾個鐵粉”。
    - 需要“課金”，但非“幾百萬”級別；重點在日更、持續入客。
    - AI時代線上可見度與信任度更重要，內容需與保險專業相關。

- **講解**

  講者指出年長與年輕皆可做好社媒，關鍵在持續投入與抓住平台紅利期。以小紅書為例，要有足夠保險專業內容露出，讓潛客“按進page”即可識別專業度與服務範圍，以形成穩定線索流。

- **Examples**

> 建立“三個微信群”“十個客戶群”“十五個什麼群”，配合每天上新內容、案例、問答或直播，逐步累積“五萬幾個鐵粉”，並用小額廣告提升觸達。

  - 分層運營，客戶群與鐵粉群的內容密度不同。
  - 內容矩陣：理賠故事、保障清單、節稅與傳承話題。
  - 節點運營：創建每月固定主題週。
- **註意事項**
- 內容需與保險專業強相關，避免無關炫耀。
- 保持穩定頻率與品牌一致性。
- 善用小額投放與活動裂變。
- **特殊情況**
- 如果平台流量下滑，如何應對？調整內容題材與發布時段，跨平台分發，結合線下活動導流回私域。

專業形象與第一眼印象管理

> 透過穿著、儀容與場合尊重建立“第一眼”專業信任，即使在惡劣天氣與非西裝文化地區，也維持標準。

- **關鍵點**
  - 在下雪地區仍穿西裝面客，強調專業不打折。
  - 活動備換裝，尊重角色與場合。
  - 第一眼定位為“銀行/保險專業代表”。
- **講解**

  講者以照片與出差經驗強調“第一眼”重要性，將服儀視為專業承諾的一部分，避免以個人風格凌駕專業要求。

- **註意事項**
- 見客服儀標準化。

- 不同場合準備備用服裝。
- **特殊情況**
- 如遇極端天氣，如何權衡？在確保安全與禦寒前提下，保持整潔與正式度，可用外套外搭但內層仍保持襯衫與領帶標準。

目標管理與取捨

> 以犧牲非核心選項來提升目標達成率；依個人節奏選擇長跑或短爆策略，但在專注期只做目標相關事務。

- **關鍵點**
    - 不是不會選擇，是不會犧牲。
    - 長跑（日積月累）與短爆（集中2–3週或3個月）皆可，但要認識自我節奏。
    - 專注期內只做目標相關的事，避免分心。
- **講解**

  講者糾正“全都要”的貪心思維，鼓勵學員結合自身特質制定節奏，並在專注窗口期極致投入，以獲得跨越式進展。

- **註意事項**
- 設定明確窗口期與可度量里程碑。
- 排除無關行程與會議。
- **特殊情況**
- 如因情緒波動而難以長期穩定，如何處理？採用短爆策略，將情緒穩定期鎖定為衝刺窗口，提前規劃名單與話術。

轉介紹的黃金期與SOP

> 簽單後“頭三個月”為轉介紹的黃金“蜜月期/密合期”，需設計標準化流程與話術，確保轉介轉化。

- **關鍵點**
    - 轉介時機：簽單後“3個月”內轉介率最高。
    - 話術可直白：描述受保價值，請求介紹同類朋友。
    - 將轉介紹嵌入SOP，避免臨場隨機應對。
- **講解**

將轉介紹從“臨機一動”升級為“流程動作”，在交付與服務節點嵌入，形成可複製的團隊標準。

- **Examples**

> “你身邊會不會有一次好像你這樣、同樣有需要的朋友，可以介紹給我？”依產品與客群稍作包裝。

    - 把握情緒高點（簽單與交付後）。
    - 設定轉介數量目標與追蹤。

- **註意事項**
- 避免等到下一次續保才提轉介。
- 將話術模板化，並與服務節點綁定。
- **特殊情況**
- 如客戶抗拒轉介，如何處理？先強化服務體驗與里程碑回顧，再於之後節點（理賠協助、年度檢視）重提。

數據真實性與榜樣學習

> 面對“連續開單776日”等驚人數據與聽眾混亂說法（如“每一年360日”“360日加9加480日，9加191日”），提醒理性審視與抓重點，從頂尖者萃取可複製方法，而非糾結於吐槽。

- **關鍵點**

    - 對於極端數據要保留質疑但不沉迷於否定。
    - 聚焦可複製的行為與心態：高頻拜訪、內容輸出、專業形象。

- **講解**

  講者以“不要看針灼，抽絲剝繭”提醒學員，將注意力放在可學之處，並以行動檢驗，而非陷入八卦。

- **註意事項**
- 建立數據核驗習慣，但不讓質疑癱瘓行動。
- **特殊情況**
- 如發現數據確有出入，如何自處？針對方法論做AB測試，以自身結果為準，避免情緒化否定。

如何選擇意見與導師

> 以自身目標為核心判準，選擇有實績、與目標一致的成功者意見；對“八十、九十%”的庸俗建議與背後議論保持距離，僅作參考不被左右。

- **關鍵點**
    - 判準一：是否與你的目標一致。
    - 判準二：意見給出者是否在該領域有成功經驗或績效。
    - 可聽但不深受影響：背後議論、無背景支撐的指點（如“九五搭七”的叔叔）。
    - 警惕能言善辯但缺乏實踐的人；重視實踐者的建議。
- **講解**

  講者以個人體驗說明：在第二年做保險時，受到朋友與外界的“人生不只錢”“不要太勤奮”等言論影響，但其後以管理者責任與團隊成長為優先，堅持依目標選擇建議來源。另以跑步比喻指出：口才好的人未必提供有效方法，需檢視其背景與實踐績效。

- **Examples**

> 講者與律師社交：去律師樓抽雪茄、喝紅酒、煙霧瀰漫，後續唱K。期間一位“上市公司主席”對講者說“其實不要做保險”。講者因此反思：若不做保險，要如何在“只有大學生學歷”的情況下達成“月薪過十萬”。

    - 情境設定：高端社交場合容易接觸到強勢觀點。
    - 風險：權威影響可能偏離你的目標與現實條件。
    - 行動：回到自身目標與資源盤點，評估可行途徑。
- **註意事項**
- 遇到權威或成功人士提供與你當前路徑相反的建議時，先檢視其與你目標的匹配程度。
- 僅將背後議論作為噪音處理，除非對方在你領域有可驗證的成功履歷。
- 社交場合明確目標（如拓客、成交），避免無效社交。

管理者的角色與責任

> 管理者需“講數、捉人、催成長”，以提升團隊績效；不以取悅為目的。面對“只看錢、不顧親情”的標籤，應以結果與成員成長為核心自我校正。

- **關鍵點**
    - 管理行為：數據導向、對齊目標、持續壓力與支持。

    - 角色張力：被誤解與被議論為常態，不以討好為導向。
    - 責任邏輯：進來“找數”的，就應該談績效與成長。
- **講解**

  講者指出自己被貼標（例如“psychilization”“只是為了錢、不顧親情”），但他認為管理者的職責是推動成長與績效，非娛樂。以此校正團隊期望，強化績效文化。

- **Examples**

> 講者對團隊明確：不是來“開玩笑”的，而是要“找數”。以此界定會議與培訓的重點。

    - 設定邊界：活動與培訓聚焦績效。
    - 一致性：話術、流程、數據看板一致導向。
    - 抗壓：對外界標籤保持定力。
- **註意事項**
- 績效會議避免娛樂化，聚焦數據與行動。
- 事前對齊：加入前說清楚角色期待與KPI。
- 面對誤解，回到事實與結果說話。

銷售職涯與財務目標設定

> 銷售沒有一夜成名；持續努力至銀行帳戶結餘像電話號碼。以電話位數（香港“八個位”、大陸“十一個位”）類比資產進階至“千萬、億、十億、八億”。

- **關鍵點**

    - 長期主義：沒有一夜成名，依靠持續輸入與行動。
    - 目標量化：以“八個位”“十一個位”的電話位數比喻存款層級。
    - 可達性信念：在此行“賺一千萬”“銀行帳戶存一千萬不是很難”。
- **講解**

  講者以動員與激勵語句，將資產目標具象化為“電話號碼位數”，強化可達性信念與長期投入的必要性。

- **Examples**

> 問答中提及：香港“八個位”，大陸“十一個位”，進而串連“十萬、八萬、千萬、千萬、千萬，億、十億、八億”。

    - 以具體符號降低抽象財務目標的距離感。

    - 節奏感話術提升團隊動能。
- **註意事項**
- 設立分階段財務目標並具體化（對齊位數、客單、件數）。
- 持續行動與複利思維，避免一夜暴富心態。

資源與個體條件的匹配

> 資源再多，若沒有對應的心態與行動頻率，也是“廢”的。個體條件不同，選擇路徑應量力而行，避免盲目創業（如“開糖水店”易輸光）。

- **關鍵點**
    - 頻率匹配：行動密度、心態、技能與資源需同頻。
    - 個體差異：家庭支持、學歷、經驗不同，路徑選擇不同。
    - 務實選擇：在無法依靠父母時，更需選擇現金流穩定路徑。
- **講解**

  講者自述無法向父母求助，因此選擇可由“雙手”換取成果的路徑；對比朋友勸退與創業風險案例，強化因人制宜的決策原則。

- **Examples**

  > 被提議“開糖水店”，講者回應“就輸光了錢，輸了很多錢，沒辦法的”。

    - 現金流與風險評估不足易致資金歸零。
    - 選擇與個體能力圈不匹配的業態風險高。
- **註意事項**
- 評估自身能力圈與資源承載力後再決策。
- 對高淘汰、低門檻卻重資本投入的業態保持警惕。

面對非議的心態與行動

> 對“你只看錢”的非議，保持自我覺察與情緒穩定（I don’t fucking care），專注對團隊與客戶的實際價值。

- **關鍵點**
    - 情緒管理：不被情緒帶走，持續行動。
    - 價值導向：用成員成長與客戶價值回應標籤。
    - 競爭常態：表現好時會被議論與敵視，屬常態。
- **講解**

講者提到“很多總監想打死我”“在背後又議論我”，但選擇不理會，將時間投入在帶隊、衝績。

- **Examples**

> “我們上年的區都做得不錯嘛，很多總監想打死我…在背後又議論我…我沒空理他們。”

    - 成績越好，阻力越大。
    - 用結果與持續進步對消噪音。

- **註意事項**

- 建立定期復盤與數據看板，用事實抗噪音。
- 設置情緒邊界，避免與流言爭辯耗損能量。

環境對思維與績效的影響

> 個人對“難 / 易”的感受，常受所處環境與同儕群體影響。透過改變環境（例如從表現差的群體轉入精英群體），能改變認知、行為與結果。

- **關鍵點**

    - 在差環境中，普遍認為難，個人也更易覺得難
    - 轉入精英班（B班）後因同儕刺激而提升
    - 師長識別優勢科目（數學全級第二、九十幾分）助推進入精英圈
    - 中三為關鍵節點：學校轉直資、內地生加入，競爭拉升標準

- **講解**

  [Speaker 2]以自身經驗說明：中一有十班，升大學者極少；本人由行為放縱的群體被老師發掘數學強項後調入B班。進入高水平同儕圈層後，原先自以為強的認知被打破，開始主動請教與精進。環境轉換使其成績與心態轉好，成為日後成功關鍵。

- **Examples**

> [Speaker 2]描述中一、中二在風紀與同儕負面影響下，小息鬧事、被捉寫口供；中三學校轉直資，內地高三學習背景學生加入；因數學九十幾分、全級第二，被老師調至B班（精英班），在高水平對手刺激下調整自我認知與學習方式，逐步脫離舊圈子並專注籃球、學業。

    - 辨識優勢（數學）→ 師長介入（調班）→ 同儕刺激（精英同學高分）→ 自我調整（請教、練習）→ 成果提升

- **註意事項**

- 主動靠近表現好的圈層（總監、經理、MWT/MDC場域）
- 辨識與遠離負面資訊與是非
- 把握關鍵節點（如學制變動、轉班）做環境升級
- 以事實反饋修正自我認知，避免自滿
- **特殊情況**
- 如果所在團隊長期低效，如何處理？主動申請輪調、參與高效小組活動或跨組協作，尋求導師資源。
- 如果被同儕排擠導致社交斷裂，如何處理？暫時退出該圈層，轉向新社群（如運動隊、學術組）建立正向支持網絡。

累積與複製的增長模型

> 業務增長非靠單次奇蹟，而是將已會做的一張單的流程，重複、複製與持續累積，最終達到如M-T、MDLT等指標。

- **關鍵點**
    - “沒有奇跡，只有累積”作為方法論核心
    - 會做第一張、第二張單後，照板煮碗重複即可
    - 百多個客戶即可一輩子MDLT，不需幾千個
    - 頻率重於爆發：每週一天見三個客也能達標
- **講解**

  [Speaker 2]強調一旦掌握開單流程，就以標準作業程序重複執行，透過時間與數量達到目標。提醒常見失敗因子是中途放棄，多因期望管理不足或被干擾分心。

- **Examples**

> [Speaker 2]提出：既然能開第1張、第2張單，就能透過重複持續達到M-T的某一年指標。失敗常見於中途停止累積。

    - 確認有效流程→ 制定固定頻率→ 堅持重複執行→ 定期檢視偏差→ 穩步達成指標
- **註意事項**
- 建立明確SOP並可複製
- 設定固定節奏與週期任務
- 用數據追蹤累積進度與轉化率

- 將注意力管理納入流程（降低Distract）
- **特殊情況**
- 如果連續數週轉化下降，如何處理？回溯SOP步驟做A/B測試，復盤話術、篩選、跟進節點，調整頻率但不停止累積。
- 如果短期無法維持頻率，如何處理？透過前置批量約訪與自動化提醒，在可用時段集中補足，避免斷檔。

期望管理與抗干擾能力

> 持續累積需要與自我期望對齊並管理外在干擾（Distract）。若期望控制弱，易在中途降低目標或放棄。

- **關鍵點**
    - 辨識與命名干擾（如手機、社交、瑣事）
    - 建立“不被打斷”的工作時段
    - 用目標分解與反事實檢查修正期望
    - 以成果導向代替情緒導向
- **講解**

  [Speaker 2]指出很多人明白“累積”卻依然做不到，核心在於期望管理與分心控制；並提醒“掛著按電話”會損害業績。

- **Examples**

> [Speaker 2]評論禮儀可能“掛著按電話”導致少了數，顯示行為分心與結果直接相關。

    - 定義高價值時段→ 關閉通知→ 批量處理低價值任務→ 用數字追蹤干擾減少前後的產出差異
- **註意事項**
- 建立無干擾作業塊
- 週檢視目標與偏差
- 對自我承諾公開化（同儕監督）
- 用行為KPI（撥打數、見客數）替代情緒評估
- **特殊情況**
- 如果環境噪音大，如何處理？尋找安靜空間或使用降噪工具，採用番茄鐘管理。

- 如果臨時事件頻繁插隊，如何處理？設立緊急-重要矩陣，將非緊急事項批量推遲至低峰時段。

人脈杠桿與敘事擴張

> 透過主動敘事與社交提示，啟動客戶轉介紹網絡，“人非人”帶動大單、招募與跨區客戶拓展。

- **關鍵點**
    - 主動向現有客戶輸出近況與能力邊界（如“很多國內人來買單”）
    - 即便團隊能力而非個人直做，也可用“我們團隊做開”增強信心
    - 轉介紹可帶來地區性客戶串聯（如北京客）
    - 不主動說就不會獲得網絡、單與人
- **講解**

  [Speaker 2]分享首個內地客源案例：對香港客戶廣播“最近很多國內人來買單，如有朋友可找我”，並強調開戶、銀行流程團隊有渠道便利；結果被轉介一串北京客。

- **Examples**

> [Speaker 2]以“很多國內人來買單”的社交訊號觸發客戶認知，客戶詢問“你是不是做開大陸客”，再轉介，形成一串北京客來源。

    - 明確價值主張→ 廣播至存量客戶→ 接住意向→ 提供流程便利→ 形成口碑與串聯
- **註意事項**
- 選用真實但向上的敘事框架
- 強調團隊能力補足個人短板
- 在法規合規下處理跨境開戶與保單流程
- 先對友好客戶“練口條”再擴散
- **特殊情況**
- 如果被質疑經驗不足，如何處理？強調“我們團隊做開”，提供具體流程與成功案例，邀請同事聯合會談。
- 如果跨境流程受限，如何處理？提前列明所需文件、時間表與備選機構，分步完成。

AI與存量客戶關係

> 即便AI興起，舊客不會因AI自助而斷單；既有關係的服務黏性與信任具持久性。

- **關鍵點**
    - AI不致使舊客自動轉投自助購買而斷單
    - 累積的基礎與關係資本是護城河
    - 專注服務與持續接觸維繫續保與加保
- **講解**

  [Speaker 2]明確駁斥“AI導致舊客流失”的擔憂，指出既有客即使有AI也不會因此斷單，因為關係與信任仍在。

- **註意事項**
- 持續提供專業建議與情境化方案
- 建立週期性關懷節點
- 用數據化管理續期與加保節奏
- **特殊情況**
- 如果客戶主動詢問AI方案，如何處理？比較人類顧問的個人化價值與風險把關，提供混合式服務選項。

團隊帶領與長期專案堅持

> 從2015年開始的藝行者專案顯示：團隊可透過換人機制與期望管理避免放棄；短期籌備亦可成功。

- **關鍵點**
    - 藝行者自2015年至今沒有隊伍放棄（可換人者不計）
    - 臨時變動（如撞婚禮）可透過隊友頂上與縮短訓練仍能完成
    - 堅持的本質是期望與資源再配置
- **講解**

  [Speaker 2]分享隊伍由“4個女生”起意，1個月籌備；一位女生臨時撞婚禮，由[Speaker 2]補位，下馬同行，最終成功，顯示即使成功機率極小，透過調整與堅持仍可達成。

- **Examples**

> 起初計畫4個女生參與藝行者；距開始剩1個月，臨時有人因婚禮缺席，[Speaker 2]親自補位，未有長期訓練背景下仍成功完成。

    - 快速重整名單→ 明確最低訓練要求→ 風險評估與分配→ 全隊一致期望→ 任務完成
- **註意事項**
- 設置後備人選名單與替補機制
- 在短週期任務中強化溝通節點與風險預案
- 以里程碑檢核對齊期望
- **特殊情況**
- 如果成員臨時退出，如何處理？啟動替補名單，明確崗位交接與最低訓練要求，壓縮計畫但不取消。

Expectation Control（期望管理）與心理建設

> 在銷售與拓客過程中，預先設定對阻力與拒絕的心理預期，透過可視化路線（如登山節點、時間片段）減少焦慮與中途放棄風險，讓行動更持續。

- **關鍵點**
    - 以登山比喻劃分里程碑：每走三個小時停一停；上斜約三十分鐘後會緩和。
    - 將困難時間具體化（捱30分鐘），若25分鐘已達成會有成就感，進而自我強化。
    - 接受rejection、冷處理等為常態，但事實未必如預期般糟。
    - 先行動再優化：試第一步、撞板、再調整，不要怕撞板。
- **講解**

  講者用登山與時間切割來做心理預期控制：『捱三十分鐘』這種可計量的難關一旦被提前突破（25分鐘抵達），會產生成就感，讓人持續下去。對於銷售的rejection與冷處理，先在期望端做好準備，實際遭遇多半沒想像中糟，從而降低因恐懼而不出手的機率。

- **Examples**

> 講者比喻兩座山路：每走三個小時停一次，走十次就到。前段較辛苦，上斜約三十分鐘後就不再上斜，接著下行若干分鐘。若事先設定『捱三十分鐘』，實際25分鐘已到，產生成功感。

    - 將長任務切割為可控區段，為每段配置明確結束點（時間/里程）。
    - 以保守預期建立心理緩衝，實際完成更快時形成正增強。

- **註意事項**
- 不要用『你有沒有興趣買保險？』這種提問開場。
- 用真誠與流暢度，而非炫技，去建立第一步的對話。
- 先服務、後轉介：提供免費跟進服務、請對方介紹客戶。
- **特殊情況**
- 如果遇到連續被朋友標籤『你不要sell我』，如何處理？用幽默與關係維繫，持續保持頻率接觸，等待對方主動詢問保險細節（如自然醫保、退稅），再承接成交。

Warm Call與開場話術

> 初期拓客以熟人（warm call）為主，避免直接詢問『有沒有興趣買保險』這類易觸發拒絕的用語，以新手求教+服務導向+轉介紹的框架進行。

- **關鍵點**
    - 開場示例：『我剛剛新做，需要客戶與介紹；有跟進服務都可以找我，不收錢；覺得我好再幫我介紹。』
    - 聚焦『約見面』，而非在電話上銷售。
    - 可用訊息代替來電，但需檢視話術，並與buddy互相演練、修正。
- **講解**

  講者強調用真誠替代技巧，將初期定位放在服務與建立名單，而不是一次性成交。透過明確的自我揭露（新手、需要客戶）降低對方戒心，再以可提供的免費價值建立信任，最後導向轉介紹與約面談。

- **Examples**

> 講者第一次打給朋友Mike時仍脫口而出『你有沒有興趣買保險？』，結果對方回『有有喔』並且正在打算處理保險。

    - 說明現實未必如恐懼所想般糟糕。
    - 重點在於開口行動與流暢真誠，而非過度擔心話術。
- **註意事項**
- 電話中的目標僅是『約出來』，不在電話中銷售。
- 與friend/partner/buddy互相挑戰腳本，找出漏洞。
- **特殊情況**

- 如果人脈對你身份有防備（如『不要sell我』），維持接觸頻率與關係，不急於成交，讓對方逐步產生安全感並主動提問。

目標設定與儲客戶策略

> 把年度或階段性目標聚焦於『儲客戶』，以量化數字追蹤進度，並請圈內人協助介紹以補足差額。

- **關鍵點**
    - 年度目標：儲50個；現況差15個。
    - 向朋友清楚表達當前階段與需要（儲客戶），請求協助。
- **講解**

  明確數字化目標讓自我與他人都能理解與支援，形成社會支持與責任感，增加行動動力與可追蹤性。

- **Examples**

> 『我今年目標是儲50個，差15個。所以Mike你要幫我做什麼？』

    - 透過具體缺口（15個）使對方更容易動員資源。
    - 直接而真誠的請求能提高轉介紹的實際落地。
- **註意事項**
- 以『儲客戶』為核心，不急於一開始就重銷售。

日常行動設計與Power Hour

> 『日對→週對→月對→年對』的SOP思維，鎖定每日最重要的單一行為：約客。

- **關鍵點**
    - 每天即使只有兩三個小時，也要固定用於約客（power hour）。
    - 其他活動（訓練等）可暫緩，但power hour必做。
    - 量化參考：爆發型兩個小時約10個；穩定型每天約3個即收工。
    - 預期週內不可能天天爆發，選擇有狀態的日子衝刺。
- **講解**

  以最關鍵的產出行為（約客）放在每天的時間保護槽中，避免被其他事務干擾。透過爆發與保底雙策略因材施教：有人適合偶爾高量衝刺，有人適合穩定保底。

- **Examples**

> 爆發型：兩個小時約10個；保底型：每天約3個達標即收工。

    - 符合個人脾性的節奏更能持久。
    - 將難度集中在少數天，其他天維持基本盤。
- **註意事項**
- 要設計不會過度辛苦、可持續的日常。
- 保護好不被打擾的約客時段。
- **特殊情況**
- 如果當天狀態特別好（『不相信男人』之日的戲謔說法），就採爆發型策略約10個。

名單管理與腳本優化機制

> 建立name list，配合標準化的腳本與審視流程，像機器一樣穩定執行與迭代。

- **關鍵點**
    - 先量度（擬定）一次約客script，建立name list。
    - 可用訊息或電話；關鍵在持續與檢視。
    - 與buddy互挑，發現話術漏洞；客戶未受訓練去『有效拒絕』你的約見。
- **講解**

  透過標準化話術降低臨場波動，以名單驅動日常節奏。外部夥伴的互評能快速暴露盲點，促進腳本進化。
- **Examples**

> 每天做幾個小時名單與腳本執行，做完收檔；有責任心者再學習產品以提升solution供給。

    - 讓產出可預測與可複製。
    - 在基礎產出上再加值服務能力。
- **註意事項**
- 電話目標是約見；避免在電話中賣。
- 固定檢討與調整腳本。

Prospect來源與型態調整

> 新人與舊人都有可能缺名單；須就自身情況選擇warm call或cold call並以時數與行動量量化管理。

- **關鍵點**
    - 新人未必沒有prospect；舊人也可能枯竭。
    - 若人脈與形象不佳，則專攻cold call、地推（world show）、上網找名單，並以『打幾多個鐘頭』來量化。
- **講解**

  當warm call不足時，以冷拓與地推補位，將行動以時數、通話數、接觸數等可量化指標管理，確保投入與產出關聯清晰。

- **Examples**

> 若自評『殺人放火金腰帶、日日不交功課又偷人』等極差人設，則放棄warm call，轉以cold call為主，分配打電話、地推、線上查人的時數。

    - 用量化工時對沖人脈劣勢。
    - 以紀律補足關係資本的不足。
- **註意事項**
- 認清自身脾性與資源，選擇可持續策略。
- **特殊情況**
- 如果warm call確實不可行，立即切換到cold call與地推，並設KPI為『工時計』。

產品學習與『獨孤一味』風險

> 僅推單一產品（如全推基金或全推人壽）風險高，應正路經營、學習多元產品以提供匹配客需的solution。

- **關鍵點**
    - 避免只推單一品類。
    - 強調持續學習與正規配置。
    - 案例：有人靠超強銷售力賣前幾代（或更貴）產品，但並非建議之道。
- **講解**

  銷售力雖可一時突破，但長期風險在於不匹配客戶需求與合規問題；學習多元產品以提升專業與客戶黏著。

- **Examples**

> 講者同事『不學習』卻能靠高超話術賣更貴或前幾代產品，雖可成交但非正路。

    - 短期可行但不利長期信任。
    - 鼓勵走正路、以專業致勝。
- **註意事項**
- 在完成基本產出後再進行產品學習，加強解決方案能力。

SOP（Standard Operation Procedure）在團隊營運的落地

> 將SOP引入個人銷售與團隊作業：如餐飲開店般具體化到每日步驟，提升穩定收入與可複製性。

- **關鍵點**
    - 例：每天十點鐘回到店舖開燈、打開櫃檯、收尾、鎖門。
    - 有SOP者收入較穩；無SOP者『三間狂，五間苦』。
    - SOP先聚焦最關鍵任務——約客。
- **講解**

  SOP使行動標準化與流程化，降低隨機性；先把『約客』這個輸出最大化的步驟固定下來，再延伸到其他流程。

- **Examples**

> 引用『少平』的餐飲SOP經驗：開燈、開櫃檯、收尾、鎖門，對應到每日約客、名單執行、回顧與收檔。

    - 跨域借鏡，讓抽象原則具體操作化。
- **註意事項**
- SOP明確則收入更穩定；反之波動大。

名單管理與量化目標

> 透過明確的名單目標與日常取得節奏建立可持續的銷售管道。以vote show等活動每日目標10個名單，累積至1,000個名單。約不到者放長線（可放3年），持續keep warm。以數量對沖低轉化率（只有幾個百分比亦可行）。

- **關鍵點**
    - 名單來源：網上、Rose、vote show等
    - 每日目標：10個名單（例）
    - 總目標：1,000個名單

    - 所需天數：100天
    - 期限框架：1年內可完成100天的累積
    - 未約成者：放名單中，間隔重約，可長達3年
    - 理念：即使轉化率只有幾個百分比，整體仍可達標
- **講解**

  講者以具體數字推演：若一天可收10個名單，則為取得1,000個名單需100天；100天可在1年內完成。即使轉化率僅數個百分比，只要名單基數足夠，仍能帶來足夠簽單，使從業員『一年內就有權不用再為錢煩惱』。同時，名單需持續保溫，未約成可設長期跟進（例：3年）。

- **Examples**

> 假設在vote show以站場與走動方式，每天務實可得10個名單；若希望達到1,000個名單，需累積100天。考慮一年內可彈性安排100個工作日以達標。

    - 設定週計劃：每週2至3天vote show以維持節奏
    - 以月為單位檢視累積：每月約80至120個名單
    - 持續記錄邀約嘗試、接通率、到訪率、轉化率
    - 對於未約成者，標註重約日期（可達3年）
- **註意事項**
- 名單要夠多，避免因轉化率低而斷糧
- 未約成者不要刪除，設置長期回訪（最長可3年）
- 現場活動易被誘惑分心，需自律維持每日10個名單目標
- 名單取得後要立即進行keep warm，以免冷卻
- **特殊情況**
- 如果首次邀約失敗，如何處理？放回名單池，設定下次跟進時間，長期保溫，最長可放3年。

第一次會面設計（結構與建立信任）

> 第一次見面聚焦在建立信任與需求探索，而非成交。結構包含：自我介紹、業務範圍、公司背書、流程說明、了解客戶（FAT FILE）、教育、口頭方案與總結。

- **關鍵點**
    - 自我介紹：個人背景、專長、能提供的幫助

    - 業務範圍：讓客戶知道你能解決什麼問題
    - 公司背書：品牌、公信力、客量、產品特色
    - 流程說明：通常2至3次見面；第一次不簽單，第二次出proposal，第三次如需調整再簽
    - FAT FILE：以問答理解需求與現況
    - 教育：市場常規、案例、資金效率比較
    - 總結與設定下次會面預期
- **講解**

  明確流程可降低客戶的恐懼：第一次僅互相了解與看案例，不會要求付款；第二次預期會有簽署的可能；若有問題可安排第三次調整。配合公司優勢與公開資料佐證，提升信任感。

- **Examples**

> 『一般來說，我們的流程會有兩至三次見面。第一次互相了解與看一些個案；第二次我會針對你出一個適合的proposal，如果你覺得OK就簽；如果你覺得有問題，我們會有第三次幫你改。』

    - 先安撫：第一次不拔銀包，降低壓力
    - 設定預期：第二次可能簽署，避免無限拖延
    - 留有彈性：第三次調整，讓客戶感受被尊重
- **註意事項**
- 介紹流程與公司優勢不可缺，能顯著降低戒心
- 避免第一次就推銷或要求付款
- 自我介紹要聚焦於能提供的價值與專業
- 總結時明確下一步與時間點
- **特殊情況**
- 如果客戶對品牌產生對標質疑，如何處理？引導用Google等公開資料比對AIA、AXA、永明等數據，讓事實說話。

公司與產品優勢的第三方背書

> 善用AIA在香港的客量與品牌優勢作為第三方背書；強調醫療產品『有事賠錢、無事有回贈/禮品』、整體性價比高。面對他社對標時，用公開搜尋結果支撐。

- **關鍵點**
    - AIA客戶量多、規模優勢帶來更佳性價比

    - 醫療產品特色：有事賠，無事有回贈，可能一年可拿回幾千元禮品
    - 用公開搜尋驗證，而非空口主張
    - 避免『小品牌』印象，強調『大品牌』硬實力
- **講解**

  當客戶對品牌優勢存疑時，建議即場用公開資料（如Google）比對AIA與其他公司在香港的市場地位，以事實建立信任。醫療方案的回贈設計可作為『無事不白花』的心智錨點，提升接受度。

- **Examples**

> 『在我們公司，有事賠錢，沒有事就拿回來。起碼一年，如果你跟著去拿，拿到幾千元。你的醫療多少錢？都是幾千元而已。其實在全港來講，我們性價比你最高。』

    - 用數量級對比形成直觀性價比
    - 引導客戶思考『無事不虧』的感受
    - 配合第三方搜索避免誇大爭議
- **註意事項**
- 避免浮誇用語，盡量以第三方資料佐證
- 說明回贈需依程序『跟著去拿』，管理期望
- **特殊情況**
- 如果客戶堅持他社為第一，如何處理？請其現場搜尋對比相關排名與數據，再回到需求匹配層面。

FAT FILE與問答技巧

> 以『問一個、追問一個、然後給出觀點』為節奏。每個問題需有明確目的與引導方向，避免審判式連環問。

- **關鍵點**
    - 先問：例如『本身有沒有買保險？』
    - 追問：『有沒有用過（理賠/住院）？』
    - 再說：導向shop around或方案優化的觀點
    - 避免用恐懼話術傷害關係
    - 在敏感問題前先鋪墊目的與評估框架
- **講解**

核心是控制對話節奏與目的性，每問一步就用追問鎖定細節，再給出專業解讀或建議，讓客戶感覺被引導而非被審問。

- **Examples**

> 先解釋評估邏輯：會幫你檢視是否買多買少、是否可同額加強或省錢；保障通常以3至5年收入作為衡量，再詢問每月收入區間。

    - 降低對敏感問題的防禦
    - 提供可被驗證的專業框架
    - 提升答案真實度
- **註意事項**
- 每個問題要清楚『問來做什麼』
- 避免一上來就問收入、簽名等高阻力問題
- 遇到否定回答時，轉為提供權利與選擇（如檢視現有保單）
- **特殊情況**
- 如果客戶自稱很健康、從未住院且家族史良好，如何處理？避免恐懼訴求，改用『權利檢視』與『性價比優化』引導其評估醫療配置。

會議開場與關鍵必問

> 開場在正式開始前，先問客戶此次特別想了解或想知道的內容，以捕捉真實需求。進入退休前須先確認除強積金外是否已有其他安排。

- **關鍵點**
    - 開場必問：『今天有沒有什麼特別想了解或想知道的？』
    - 退休前提問：『除了強積金之外，你還有沒有做其他退休規劃？』
    - 保單現況：『本身有沒有買保險？』、『有沒有用過保險？』
- **講解**

  此類問題能快速定位會談目標，避免銷售獨白，並以客戶關心事項為主線推進。

- **Examples**

> 客戶可能回應：『我的保險齊了，不過想幫女兒看看。』立即調整會談焦點到子女規劃。

    - 以客戶需求為中心調整議程
    - 提升到第二次會面的轉化概率

- **註意事項**
- 不要自顧自表演整場，先問再說
- 把握客戶主動提出的需求切口
- **特殊情況**
- 如果客戶表示『只是想了解一下』，如何處理？仍以開場必問鎖定一個具體主題或痛點，避免散聊。

簽名與拒絕管理（擺位技巧）

> 簽名/授權表單的說明要早，簽署行為要晚；避免在關係尚未建立時引發自然性拒絕。

- **關鍵點**
    - 第三分鐘可先說明稍後會用表單幫其查單
    - 簽署動作放在臨收尾，避免一開始就被拒絕
    - 任何高阻力行為都需要前置鋪墊
- **講解**

  先創造心理預期，後安排行為執行，能顯著降低拒絕率並維持對話流暢度。

- **Examples**

> 開場早說『待會幫你簽份form查回所有東西』，但直到結束前才遞出表單。

    - 利用預告降低警戒
    - 把簽署轉化為順水推舟的自然收尾
- **註意事項**
- 避免在未解釋目的前就索取敏感資訊或簽名
- 把高阻力步驟放在信任建立之後
- **特殊情況**
- 如果客戶臨尾仍猶豫簽名，如何處理？可先確定疑慮點，提出替代方案（如只填必要項、延後回覆時間），維持關係不破局。

教育與方案口頭化

> 根據FAT FILE了解的需求，提供教育內容與口頭方案：如醫療配置、退休規劃、信託需求、資金效率比較。

- **關鍵點**
    - 用案例說明市場常見做法
    - 比較直接儲蓄與保單包裝的效率差異
    - 連結客戶具體需求（如子女、信託）
    - 以口頭方案收束並為第二次面談鋪路
- **講解**

  教育讓客戶理解『為何要做』；口頭方案讓客戶知道『大致做什麼』；第二次再用正式proposal呈現『具體怎麼做』。

- **Examples**

  > 在問清強積金之外的安排後，以『四成』自評者為切入，探討缺口與補足方案。

    - 用自評建立參與感
    - 以缺口量化導向第二次提案
- **註意事項**
- 教育內容要回扣客戶已表達的關切點
- 口頭方案不宜過度細節，以免失焦
- **特殊情況**
- 如果客戶已有完整配置，如何處理？以體檢角度提供第二意見，尋找費用效率或保障結構的優化空間。

退休規劃開場與避免尷尬的溝通技術

> 以提問引起客戶思考並蒐集現況，避免讓客人尷尬，必要時以自問自答緩衝，聚焦強積金外的規劃缺口。

- **關鍵點**
    - 先問是否有退休規劃，追問『真的還是假的？』以測真實度。
    - 鎖定問題：『除了強積金之外，還有沒有做其他退休相關的規劃？之前有沒有做過？』
    - 客人搖頭或沉默時，以自問自答避免尷尬，維持互信。
    - 以觀察眉眼與反應判讀意願，但避免用質問口吻。
- **講解**

講者建議以溫和且具引導性的問題啟動對話，並強調『不要令客人尷尬』。在發現強積金之外缺口時，承接進入教育段，為後續預算與方案鋪路。

- **註意事項**
- 不要用質問式語氣造成壓力。
- 必要時用自問自答避免冷場。
- 以強積金外的安排為切入點，找出缺口。
- **特殊情況**
- 如果客人顯現抗拒或尷尬，如何處理？用自問自答切換到教育段，再回頭提問。

強積金的風險屬性與『一加一』補強配置

> 強積金屬波動性資產（基金/股票）具up and down，需以穩定資金搭配，形成分散風險與現金流緩衝。

- **關鍵點**
    - 強積金波動：基金/股票相關，價格上下。
    - 補強策略：『一加一』，例：供2,000元強積金，另配1,000或2,000元穩定金流工具。
    - 目的：在需要用錢時有『等的空間與時間』，避免被迫在低點賣出。
- **講解**

  講者用買股『不放就未輸』的觀念切入，指出致命點在於被迫提取時刻。搭配穩定現金流工具，可跨過市場谷底，降低實現虧損的機率。

- **註意事項**
- 強調風險分散，避免單一風險來源。
- 將配對金額與客戶現金流相容。
- **特殊情況**
- 如果客戶短期可能用錢，如何配置？提高穩定資金比重，確保流動性。

儲蓄期限彈性與舒適度原則

> 相較強積金需30年，儲蓄產品可10年一個階段（預算夠可5年），重點是讓客戶舒舒服服地持續儲蓄。

- **關鍵點**
    - 10年一個階段為常見設計。
    - 預算充裕可用5年階段。
    - 關鍵是可持續、無壓力。
- **講解**

  講者強調期限彈性與心理舒適度，以提高長期遵從性。

- **註意事項**
- 評估收入波動與承擔力。
- 避免逾越客戶心理負擔。

會談流程設計：介紹—教育—再了解—證明—收單

> 首次會面先介紹與教育，之後再問問題；第二次會面重溫、提交證明（proposal/數據）、嘗試收單。

- **關鍵點**
    - 不要未教育就連續發問，客人不知你想怎樣。
    - 教育段需對症下藥，建立共同語境。
    - Meeting 2：重溫→證明→try closing。
- **講解**

  講者指出很多客人沉默寡言，若無教育內容與脈絡，難以有效溝通。透過『證明』把口頭方案落實成數據與計劃書，降低不確定性。

- **註意事項**
- 教育內容先行，再提問收集資料。
- 證明材料要齊全、清晰。

預算管理與口頭方案一致性

> 口頭方案先定預算，再以略低於口頭金額的正式提案有利成交；避免嚴重超預算提案。

- **關鍵點**
    - 口頭預算例：『2,000多元，不會超過3,000元』。

    - 正式proposal宜≤口頭預算（例：口頭3,000，書面2,800）。
    - 避免出現月入15,000卻提案8,000多的錯配。
- **講解**

  先定價預期再遞交略優於預期的書面條件，創造『落差驚喜』，提高當日簽署機率。

- **Examples**

> 同事先問客戶『你想醫療供團還是供不團？』客人說供團。同事回去出proposal，月供8,000多。客人月入15,000，最終被拒。

    - 錯在讓客戶無上限選擇，顧問未控預算。
    - 提案與支付能力嚴重不匹配。
    - 解法：先定預算區間，再設計方案。
- **註意事項**
- 嚴格對齊口頭與書面方案。
- 避免臨門更改條件『繞兩塊』破壞信任。
- **特殊情況**
- 若客戶臨時提高/降低預算，如何應對？即場提供同架構不同檔位方案，保持核心不變。

教育資金標靶設定風險

> 在預算有限（如2,000/月）時，不宜隨意把標靶定為高成本目標（如美國讀書），以免期望落差造成拒單。

- **關鍵點**
    - 標靶需與預算一致。
    - 金額如『30萬』『二十多萬』對家庭仍具意義。
- **講解**

  過度承諾或不切實際標靶會導致整體方案被否決。以務實數字累積價值更能成交。

- **註意事項**
- 先抓預算，再定目標。
- 避免以高標靶拉高保費導致流失。

輔助工具與效率提升

> 使用可做PVT/文字的APP提升產能，免費配額『十百』，付費約『一千多塊一年』。

- **關鍵點**
    - 免費可做幾個，配額說法：『十百』。
    - 付費約『一千多塊一年』，性價比不錯。
    - 工具熟練重於廣泛嘗試，『用開這個OK就保持用』。
- **講解**

  在不影響專業的前提下用工具提升準備與輸出效率。

- **註意事項**
- 留意資料安全與合規。

教育材料與『退休密碼』

> 公司Retirement天書含『退休密碼』性格測試（如貓頭鷹、水獺），依性格與興趣對應退休用途與現金流設計。

- **關鍵點**
    - 性格連結用途：如貓頭鷹偏學習、另一型偏旅遊玩樂。
    - 用彩色友善材料作為破冰與深入對話。
- **講解**

  以測評建立共鳴，讓方案更個人化，提升參與感。

- **註意事項**
- 避免刻板化，測評僅作輔助。

客觀數據與市場觀察導入

> 引用『超過六成的人士希望從事現時的全職工作直到不能再做』，解釋成因與規劃缺口，帶出解方。

- **關鍵點**
    - 老一輩少做退休規劃，多投資於物業。
    - 未持有物業者老年現金流壓力更大。
- **講解**

  用數據建立現況共識，合理化規劃必要性與緊迫性。

- **註意事項**

- 數據來源與時點需透明。

銀髮族重點與三大退休面向

> 65歲以上更需因應通脹與壽命延長規劃資金；退休聚焦財富健康、身體健康、心靈滿足。

- **關鍵點**
    - 55歲前後為累積期。
    - 65歲起需配置被動收入與醫療預備。
    - 被動收入減輕『花錢恐懼』，提升心靈滿足。
- **講解**

  現金流的可持續性決定退休生活品質，由『不敢花』轉為『敢花且可續』。

- **註意事項**
- 納入醫療與長照風險。

計劃書呈現原則與產品特色對齊

> 計劃書不隱頁，先說明流程：先講特色再講金額；退休產品特色需與退休目標強連結。

- **關鍵點**
    - 特色：資產增值、靈活提取、傳承設計、免費監管人（類持久授權書）、多元貨幣、第二年可轉換、可刷單。
    - 若無子女，不強推刷單功能。
    - 首頁：為你而設；次頁：引導『派錢的還是一次過的』。
- **講解**

  先架構後數字，讓客戶理解『為何而買』再談『買多少』，強化接受度。

- **註意事項**
- 透明、完整呈現避免誤會。
- 功能與客戶家庭結構匹配。
- **特殊情況**
- 若客戶對專有名詞不熟，如何處理？先以生活情境與目標翻譯，再回到條款層面。

派息/派錢產品機制與傳承設計

> 此儲蓄/分紅類產品採5年供款，第6年起可按設定利率派息；可調6、6.5、7釐等，會影響其他數值，但本金持續增值。設計上合約名義至85歲，85歲可轉名給隔代孫，年齡重置為0歲，之後再派100年；不賣單即可持續派息與增值，具傳承與長壽現金流特性。

- **關鍵點**
    - 供款期：5年，共15萬（示例）。
    - 派息起點：第6年開始按設定釐數派。
    - 派息利率：示例6釐，可設6.5或7。
    - 提取口徑：溝通以10年為單位，避免13年等難以心算的年份。
    - 退保示例：拿了10年每年9千合共9萬後，如退單口徑示例可取回十五萬九；9萬+十五萬九≈二十幾萬；曾口誤提及『本金就是二十五萬』，話術需放慢。
    - 傳承：85歲轉名至孫的孫，重置0歲，再派100年。
    - 不取息時：繼續滾存，增值能力更強。
- **講解**

  講者以具體年度與金額口徑示範派息與退保值，強調與客戶溝通時用『10年一個單位』，避免讓客戶臨場心算困難導致混亂。並以85歲轉名、年齡歸零、再派100年的結構，主打跨代現金流與長壽風險管理。對於利率設定（6、6.5、7）需說明會影響其他數值，但核心是本金在派息同時仍會增值。

- **Examples**

> 客戶供5年合共15萬，第6年起派6釐；假設連續10年每年領9千，共9萬。之後客戶表示不再持有此單，話術示例為：可取回約十五萬九；9萬+十五萬九≈二十幾萬。另提及『你的本金就是二十五萬』的說法，講者提醒要慢慢講，避免造成誤會。

    - 先確立供款完成與派息起點（第6年）。
    - 用整十年單位呈現提取總額（9千×10年=9萬）。
    - 退保值示例以十五萬九呈現，強調資產累積。
    - 總結：領取總額+退保值的『口徑合計』示範，並提醒話速與表述清晰度。
- **註意事項**
- 與客人談派息，盡量用10年為單位，避免13年等讓人心算困難的年份。
- 轉名傳承設計需明確：85歲轉名至孫的孫，重置0歲，續派100年。

- 對利率表述（6、6.5、7釐）需提示對其他數值的影響，避免誤導。
- 退保與總值口徑須謹慎，避免口誤（如『本金就是二十五萬』）。
- 如客人第7年要離場，不應推介此類產品，改推一次性產品。
- 定位應為退休與長期現金流，不以『回本期』作主賣點。
- 溝通強調『不賣單可持續派息與增值』，但須同時提示風險與非保證元素。
- 避免以『82歲才見果』的負面感受，改以『正確使用方法』與長期價值呈現。
- 與客戶約定回覆時間點，借當月（2026-05）優惠設時限，避免無限拖延。
- 帶齊sales kit與重點產品資料，專注熟悉的幾款產品。
- **特殊情況**
- 如客人表明第7年要退場，如何處理？應改推一次性產品，不建議此單。
- 如市場出現泡沫或系統性風險，如何調整？新一代資產配置可將股票權重從0至80動態調整，必要時降至0並轉穩健資產。
- 如客戶抗拒即時簽單，如何跟進？允許回家商量，設當月（2026-05）優惠回覆時限，安排下週再call，以頻率與禮貌跟進。

長期增長與回報敘述

> 以具體時點的退保價值與平均回報口徑說明長期累積：第10年退保值19萬6，對應31%總增長，平均每年約3釐（資料點定位為『比銀行高』）。10年後資產可翻倍，再過10年再翻倍，平均每年around 10%以上。

- **關鍵點**
    - 第10年：19萬6，總增長31%，平均每年約3釐（作為信息與對比銀行）。
    - 長期：10年後翻倍，再10年再翻倍；平均每年around 10%以上（口述敘事）。
    - 策略：若到期時市場有穩定>10釐的機會，可考慮rethrow至其他投資。
- **講解**

講者以兩段式敘述：前段用保守年化約3釐（對比銀行）建立底線，後段以『10年翻倍、20年再倍』建立長期亮點，並加入『>10釐則資金再部署』的主動管理選項，平衡被動持有與主動機會成本。

- **Examples**

> 第10年退保值19萬6，對應總增31%、年均約3釐；於更長期間，口徑為10年翻一倍，再過10年再翻一倍；若市面穩定投資超過10釐，考慮把本單rethrow至該等標的。

    - 以保守數據建立信任（19萬6、31%、3釐）。
    - 再以倍增敘述建立長期吸引力。
    - 輔以機會成本思考（>10釐時做資金再配置）。
- **註意事項**
- 避免單一訴求，先給數據後給願景。
- 對『around 10%以上』等口徑需提示非保證屬性。
- 提出rethrow選項時，留意客戶風險承受度與流動性需求。

資產配置彈性與風險管理（新一代設計）

> 股票類型資產權重區間由55至75優化為0至80，讓投資團隊可在高風險時降至0、在機會期升至80，以加強風險迴避與進攻彈性；亦可轉固定收益等穩健資產以達成長遠目標。

- **關鍵點**
    - 舊區間：55至75。
    - 新區間：0至80。
    - 意義：可在泡沫時迅速降風險，不必被動持股至55；在機會期提高風險資產比重。
    - 目標：以動態資產配置提升長期風險調整後報酬。
- **講解**

  傳統設定限制最低股票比重為55，導致在不利市況仍被動承擔風險。新設定放寬至0，可完全避險，並保留至80的進攻上限，使投資更貼合週期與風險狀態。

- **Examples**

> 若公司判斷市面泡沫嚴重且未來可能大跌，投資組合可把股票比重降至接近0，轉為固定收益或其他穩健資產，待風險釐清後再調整。

    - 風險識別→降低股票權重。

    - 資產改配至固定收益/穩健資產。
    - 持續監控→條件改善再提升權重。
- **註意事項**
- 需向客戶解釋區間變化提升了操作性並非保證收益。
- 在客戶溝通時避免過度技術化（confuse），但要讓客戶感到公司認真管理風險與回報。

AIA投資與分紅治理賣點

> 強調有獨立公司與團隊管理紅利；強積金回報表現佳；資產規模二千八百幾億、二百幾位專家；香港四棟樓租金收入撥入分紅池；保監局可查實現率；復歸紅利產品fulfillment ratio多為九十幾，最低93，另有100、105、99、103、106等，近年產品約100；本代產品5年後將提供數據。

- **關鍵點**
    - 獨立公司與投資團隊，拿獎多。
    - 強積金3年、5年回報高。
    - 資產規模：二千八百幾億；專家：二百幾。
    - 香港4棟樓提供租金收入作分紅。
    - 保監局可查實現率；歷代產品運作十幾二十年。
    - fulfillment ratio：最低93，另有100、105、99、103、106；近年約100。
- **講解**

  以多維度證據建立信任：團隊專業、資產規模、不動產支持、官方可查數據與歷史履約。另提及『常負比率/資本比率口徑：正常開根的公司要850，現在我們是286』並稱『很穩定』，在對外引用時須逐字轉述且避免自行解讀。

- **Examples**

> 復歸紅利產品的fulfillment ratio口徑：最低93；其他年份/產品組合示例有100、105、99、103、106；近年的產品約100；本代產品剛開始，預計5年後提供履約數據。

    - 呈現多個年份/產品數據點。
    - 說明資料來源可於保監局查詢。
    - 預告未來披露時間點。
- **註意事項**

- 對『常負比率/資本比率』的數字引用須保持原話且提示語義可能需公司官方定義。
- 資料來源可引導至保監局查詢，提升透明度。
- 不動產租金撥入分紅屬特點，但仍需提醒非保證分紅風險。

銷售心法與跟進節奏（玩頻率）

> 以長期合作為核心，不強逼當下簽單。允許客人回家商量，設回覆時限（以2026-05優惠與2026-06力度差異提示），安排下週回撥，透過頻率、禮貌、流程一致的跟進提升轉化。

- **關鍵點**
    - 不以『回本期』為核心話術，定位退休與現金流。
    - 允許客人考慮，主動安排下週回撥。
    - 以當月（2026-05）優惠作時間錨點，提示2026-06或有但力度不同。
    - 如不適合，勿強求，專注長期關係與轉介紹的自然發生。
- **講解**

  講者反對老派的『不給回家想』操作。改以尊重客戶決策，設定清晰但不強迫的時限與節奏，兼顧效率與體驗。

- **Examples**

> 『可以回家和太太商量；如果能在2026-05內決定有優惠，2026-06也可能有但力度未必一樣。不如下週我再call你一次。』

    - 給予選擇權與尊重。
    - 設置時間節點避免無限期拖延。
    - 安排具體下一步行動（下週回撥）。
- **註意事項**
- 避免在不恰當時機要求轉介紹。
- 保持禮貌與節奏感，避免過度追問『買不買』。
- 帶齊資料、精熟少數『黃金產品』，保證流程順暢。

作業或建議

- 在「2026-05-13」之後，於「2026-05-20」前，選定一位團隊內表現優異的同事進行30分鐘深度訪談，整理其3項可複製的方法，形成1頁備忘。
- 在「2026-05-13」之後，於「2026-05-27」前，完成至少「7天」連續每日active的行動挑戰，包含：每日至少3次客戶接觸（電話/面談/訊息）、1次提案或追進，並記錄。
- 在「2026-05-13」之後，於「2026-05-31」前，撰寫一份市場比較備忘，涵蓋：大陸與香港的保險產品結構、提領條件、回報數字（含「一兩釐」案例）、客戶價值評估，字數不少於800字。
- 在2026-05-13當天起，於未來7天內完成現有客戶資金節點盤點：梳理繳費到期、產品滿期與可再配置名單，至少列出10位客戶並制定聯絡計劃。
- 在2026-05-13當天起，於未來14天內設計並執行一次小型高端客專屬活動（如私董會/退休規劃沙龍），產出明確議程與後續跟進方案。
- 在2026-05-13當天起，於未來30天內完成高端客貨架升級：針對五、六十歲族群形成至少3套退休/傳承方案包，包含不同預算與風險偏好版本。
- 建立痛點訪談腳本，2026-05-20前完成至少5次深度訪談，收斂前3大常見痛點與對應話術。
- 規範會議禮儀：從2026-05-13起的所有內部會議，嚴禁非必要手機操作，設置“專注時段”，由同儕互相提醒與督導。
- 在2026-05-13起的未來7日內，為現有名單設計並執行“十五分鐘高頻觸達”行動，每日至少觸達5人，記錄話題、反饋與後續安排。
- 在2026-05-13至2026-06-12期間，完成至少3場線上內容輸出（小紅書/微信群），主題包含：理賠故事、保障缺口檢視、年度保單健檢。
- 在2026-05-13至2026-06-12期間，針對每位新簽客戶於簽單當日、+14日、+45日三個節點觸達，並在每個節點提出轉介紹請求，形成SOP模板。
- 於2026-05-20前，完成個人專業形象盤點與升級（服儀標準、名片/頁面優化、簡歷與專業主頁內容），確保“第一眼”專業一致性。
- 於2026-05-27前，完成對標學習計畫：列出3位“1%–3%”從業者，整理其頻率策略、社媒運營與目標管理做法，提煉3條可落地行動並實施。
- 以你的年度財務目標為核心，列出3位在該領域有實績的對標對象，主動約見或學習其方法，並記錄可落地的3個行動。完成時間：2026-05-20。
- 審視你目前接收的意見來源，按“是否與目標一致/是否有成功履歷”兩項標準做清單分級，剔除3項干擾性建議。完成時間：2026-05-15。

- 將你的儀表板量化為“位數進階”里程碑（如八個位→十一個位），拆解到月/週/日的成交件數與活動量。完成時間：2026-05-16。
- 設計一場以“找數、成長”為核心的團隊會議議程（避免娛樂化），包含數據回顧、關鍵行動、能力訓練三部分。完成時間：2026-05-17。
- 在2026-05-13當天起建立個人SOP：每日固定兩小時power hour專注約客，其他事務不得干擾。
- 撰寫並演練一版約客script，與buddy互相挑戰與修改，確認電話目標僅為『約出來』。
- 建立name list，當日即刻開始以訊息或電話執行，完成後記錄成效與被拒原因。
- 選擇個人節奏策略：爆發型（兩小時約10個）或穩定型（每日約3個），並在每週至少安排1天爆發型衝刺。
- 若warm call不足，立即規劃cold call/地推/線上名單挖掘的『工時計KPI』（如每日打電話X小時、地推Y小時、線上查人Z小時）。
- 每日晚間收檔時回顧：完成約客數、拒絕原因、腳本需優化之處，於次日調整。
- 以當前日期2026-05-13為起點，制定1年內累積1,000個名單的行動計畫：以vote show/線上名單/轉介紹為渠道，設定每週2至3天的名單日，確保累積100天，每天目標10個名單。
- 準備第一次會面話術腳本，涵蓋：自我介紹（價值導向）、業務範圍、公司背書、完整流程（2至3次面談）、開場必問問題、FAT FILE題庫、教育案例大綱、口頭方案收束與下一次會面預約話術。
- 建立第三方背書資料庫：整理AIA與主要對手（如AXA、永明）在香港的公開數據與市場對比鏈接，會面時可即時查核。
- 設計簽名/授權單擺位流程：在會面第3分鐘口頭預告，於臨收尾才遞交；並準備客戶猶豫時的替代方案清單。
- 製作FAT FILE提問SOP：每問一題配一個追問，並預設對應的專業觀點輸出，避免成為審判式連環問。
- 在2026-05-13之後的首次會面，先完成『介紹—教育—再了解』三步，教育段要至少包含：強積金波動、分散配置的一加一策略、儲蓄期限彈性（10年/5年）。
- 為每位客戶建立一份iBook式資料夾，內含：Retirement天書精選頁、退休密碼測試連結或截圖、個人化口頭預算方案（例：2,000多元，不超過3,000元）。
- 設計至少2個預算檔位的口頭方案（如2,800與2,300），Meeting 2提交proposal時保持不高於口頭上限（口頭3,000→書面≤2,800）。
- 準備一頁式『退休產品特色對照退休目標』說明，涵蓋：資產增值、靈活提取、傳承、免費監管人、多元貨幣/第二年可轉換/可刷單。

- 整理一段關於『在你需要而不情願的時間拿就輸了』的情境案例，配合現金流緩衝的說明與演練話術。
- 本週整理並熟悉2至3隻『黃金產品』的完整sales kit與標準話術，確保可獨立流暢呈現。
- 建立至少1套10年單位的提領口徑範本（含9千/年、9萬/10年、退保值示例十五萬九），並練習放慢語速避免口誤。
- 設定2026-05內所有潛在客戶跟進名單，為每位客戶安排『下週回撥』時間點，並記錄是否以2026-05優惠作為回覆時限提示。
- 與投資團隊或內部資料庫核對最新『0至80』資產配置範圍的實務操作案例，準備市場波動時的客戶解說稿。
- 至保監局網站查核公司相關產品的實現率資料，整理包含『最低93、100、105、99、103、106、近年約100』的對外可用素材並標註年份與產品別。

2026-05-13 富人教室 Peter Yu

2026-05-13 10:19:39

00:00:04 Speaker 1
今天是第二季遊人教室，我們組著先機第二季復起來，要有婦人的財產，才有婦人的思維，要學到婦人的思維才要找婦人，今天請了我們的老闆Peter過來跟我們做一個分享，有婦人的思維，再有婦人的資產，我們把時間交給Peter。

00:00:31 Speaker 2
好，多謝Joseph介紹。我昨晚也很緊張，跟你們分享，很久沒試過跟你們分享，所以昨晚也很緊張，這個分享為什麼會在這裡呢？就是有一次我參加了一個講座，因為我定期出去學習，有一個人在大陸做保險，跟香港做保險有什麼分別？大陸的環境可不可以做嗎？

00:01:02 Speaker 2
阿卡有多好做大陸的環境。

00:01:05 Speaker 1
我做不到。

00:01:06 Speaker 2
你覺得大陸的環境可不可以做？如果你在大陸做保險可不可以。

00:01:11 Speaker 1
不要。

00:01:13 Speaker 2
再加什麼？回報又低，一兩釐你根本帶不到任何價值給客人理應，當然你可以說他們的產品是這樣的，譬如你供20年，一個遺疾這樣，譬如你20多歲你供20年那你就有保障了你到60歲，不是供20年，你到60歲就不用供了但其實你要拿錢是要拿回所有本的他們這樣銷售我們其實在60歲的時間，如果20多歲買是會翻了幾倍的回報差很遠。

00:01:46 Speaker 2
氣氛、環境、產品都不好的情況下，他們是比較辛苦的。但是聽到有個人是大陸來的，就是大陸某間保險公司。你知不知道他做了三十年有多少個客人。

00:02:01 Speaker 1
八千個。一年有多少個。

00:02:05 Speaker 2
八千個很少，龍哥說隨便都可以。但是一年有多少個？二百多個每一年都要維持著，怎麼做的呢？通常怎麼做龍哥？找艇。通常這些有錢人是怎樣的知不知道？通常這些有錢人是什麼？小嫌麻痺，小變失禁。你一定是，因為仇富嘛。你找這麼多錢你一定是什麼？

00:02:37 Speaker 2
你一定要陪人睡覺啦，Jack這麼帥，肯定是賣屍忽。我們有時候就會這樣的心態的。為什麼龍哥這麼帥？為什麼龍哥這麼發達？因為他帥，他肯定是賣屎忽，你會這樣但我覺得這個，有很多人用這個態度但我覺得有些東西你去認真學一學，你賣屎忽，你拿出來賣你也未必賣到那麼多你做艇，你只是做艇你只是做到八千個客人。

00:03:08 Speaker 2
你怎麼做？他老爸而已，是不是真的他老爸？所以，我帶著很多懷疑很多疑問去聽他這個討論我也聽了一些東西想跟大家分享一下我想問。其實我們這個行業我待會最後再問我直接分享這個PPT。

00:03:32 Speaker 3
這是T8，我先介紹一下。

00:03:45 Speaker 2
我聽完後再反鎖給大家，這位叫什麼名字呢？阿標哥，呃，呃，呂啟標呃，呂啟標是怎樣的呢？他做了保險三十多年即是三十年左右其中二十五年是MWT，當中有十八年是KOTMWT是第一個，不知道是大陸的人在MWT做speech，他是不是賣廁施的樣子呢？小小的，應該是賣廁施的，當然他們的單沒那麼大，很小一張單。

00:04:18 Speaker 2
他說第一張單是怎樣做的呢？為甚麼要入行呢？我看有沒有寫為甚麼要入行他就說如何創造八千個客戶的祕密。

00:04:28 Speaker 4
他是不是做網紅的。

00:04:30 Speaker 2
他不是網紅，是在30多年前就開始網紅了嗎？好像見過他拍片，但他也有說一點，但我想不是最關鍵，他一定有做的但這傢伙就是連續776天開單，active，每天active776天不知道無端端又會跟他挑戰，跟他做到這件事去到776天，是周濟的紀錄保持者，他為什麼會做保險的呢？

00:05:01 Speaker 2
因為當天，即是30年前他見到保險的招募是怎樣的呢？可以月薪過萬，即是30年前過萬，很厲害的，他就入了行，自己進來的，舉手，我進來做，他進來做的時間他是怎樣呢？我覺得，不算很多技巧，純粹厚麵皮然後不停地聞，很厲害的他有很多概念，這些就是他裡面。

00:05:34 Speaker 2
一個top producer，他裡面在想什麼呢？又或者一個很成功的人，他裡面在想什麼呢？他不會覺得成功的人是小燕盲鼻，他覺得什麼？成功的人我們要去學習的，他一定有去成功的，譬如很多時候我們有些女士拿到COT或者TOT，那你會想什麼？床單，床單，肯定是sugar daddy，sugar mommy，肯定的，基

礎，這些基礎。但其實不是，原來你再瞭解一下，大部分是女士的，她是做女士客的，那你去了解一下，怎麼做的呢？

00:06:11 Speaker 2
因為有時候我們努力那邊，或者我們最厲害那邊，未必在公眾會看得到的。所以有時候你見到一兩個同事是做得好的，你可以細緻一點，去跟他們聊聊天，瞭解一下，去將這些成功吸收。再發酵，OK，這是一個步驟。那這個，她說什麼呢？你要，這個行業很簡單而已，是嗎？做客，做客，那就OK了，是嗎？那你就，你要認識她，是嗎？

00:06:43 Speaker 2
那她又要認識你，是嗎？那她認識你，那客人認識你嗎？可以想一想，認識你了，我知道你是Jackie了，我知道你是賴兒了。你是marking notes 還是什麼？千萬不要！我們這麼多時間，除非真的很緊急不要介意，因為現在那個年代很容易被電話引誘我們就old school 一點你覺不覺得你自己可以一直按電話，一直聽到東西？

00:07:14 Speaker 2
通常那些人都是可以的，因為他不知道自己聽到什麼，雖然你當我過了兩個小時，我希望大家集中一點或者你可以有問題問，或者挑戰一下你說這傢伙，一看就知道是屎忽的你可以挑戰一下，但我希望是集中的，如果不是，當聽歌的話就沒有意義對你來說，除非你已經是很厲害，夠了，你說不是，Peter我不要介意，慕尼問一問，剛剛你那個。

00:07:45 Speaker 2
是在回覆什麼？一定是在回覆客人，你回覆什麼。

00:07:48 Speaker 5
OK，他問你什麼。

00:07:54 Speaker 2
他問你什麼。

00:07:56 Speaker 4
那些基金怎樣。

00:07:58 Speaker 2
他供幾次一個月。

00:08:01 Speaker 4
我昨天認識他就不知道了。

00:08:03 Speaker 2
原來你很容易就會選擇了一些什麼？我老婆有一次逛街，無緣無故，我有些事情要跟你說，我拖了她的手，她這樣指著電話，你知不知道？說完了之後，你知不知道她是什麼？她的電話？她的電信營貨。我說你電信營貨。你知不知道要選擇？

00:08:34 Speaker 2
可能你這樣一撥，就撥走了婚姻。你一撥，你有機會撥走婚姻。你見到緊急的時候，你要懂得分輕重。有時候這個行業，你是不是真的這麼急？不要緊，你放下來吧。留心一點， 看看有沒有東西可以拿出來，所以不要介意， 有機會， 因為大家自己人， 外面speech我就少一點，但如果自己人呢， 不要讓我看到按電話，

00:09:04 Speaker 2
就是， 禮儀還在按， 很多時候是這樣的，你試試站出來多說些話， 你會看到有些人， 這樣吧， 以為你看不到，有些人， 這樣吧， 裝模作樣， 你覺得知不知道？以前原來讀書中小學， 你老師全部知道的，你坐幾個位置， 你知道的， 誰在按電話， 誰在裝模作樣， 全部知道，你以為很厲害， 是我們做經理的， 或者我們做speech的，我們不會不斷隔離， 免得跟你有牙齒印，

00:09:35 Speaker 2
你聽不聽就不聽， 但是我覺得，你會有無數次的訓練， 無數次的分享。希望你每一次都集中。這個調整好自己的學習態度。除非很重要。有時候你找我， 我都不聽的。無論我開會， 我就不搞了。這個就是大家的小小態度了。大家可以幫我夾實一下。好像那些什麼， 狐狸先生。一轉， 立刻按的。

00:10:07 Speaker 2
通常都是這樣的。但對自己是沒有益的。不只是聽我說話， 聽其他人的說話也是。要不你就不要來， 是不是來你就聽清楚了。首先， 它的概念。我們先會走一遍， 很老土的概念。老土， but true.有時候我們有沒有跟客人說這些？因為其實他們的銷售， 不是銷售產品， 而是銷售什麼？情感人再加一個概念。為什麼要買保險？ 因為保險不是幫你賺錢的。保險是幫你什麼？

00:10:39 Speaker 2
保住你的錢，即是講這一種的，他會講一件事，現在在座這麼多位，你們的方向做什麼單獨？這些是廢話來的，他就說想做高端客，一定要做高端客，為什麼？有原因的，原來做一個高端客，補費是不是多一點？成本是不是低一點？

00:11:10 Speaker 2
共幹效應也會強一點，即是你的成本，共幹，或者重複購買是不是強一點？通常是有錢一點的客，好了，你今天剛剛進來，或者我做了一集你會不會立刻想一想，我怎樣Shift個跑道，認識到那些人是有錢一點的或者我接觸到他們，然後做到一些高端的工作呢？我假設，如果有一個高端的工作，坐在麥克風前面，任你推銷，你說什麼？

00:11:40 Speaker 2
任你推銷，你說甚麼？你要有這樣的幻想因為機會就在你旁邊通常有個有錢人你會怎樣？不夠膽推銷，有個人說去旅行你馬上走過去，很後麵皮跟他說你買了旅遊寶了嗎？你自己幫自己學的東西你將自己定格在哪裡？原來我刷一些普洛伐勝，其實如果你要做好的話你要調整一下自己。

00:12:10 Speaker 2
你是否想做有錢人是，麻煩改變你的貨架改變你的策略，改變你的方案我們的工作是甚麼？找到一個問題，然後提供一個解決方案你現在提供甚麼解決方案？不是的，我不是提供解決方案我是將別人的錢變成我的錢你永遠都成功不了，你一定要提供價值，但是你有沒有能力去將，即是，借到那些有錢人呢？我不認識的喔，那怎麼辦？那原來Alisa是做那些大客的喔，你那些大客為什麼會買的呢？啊，他們五、六十歲，之前沒有買過保險的嗎？欸？他只認識AIA的，為什麼會找你呢？

00:12:42 Speaker 2
啊，為什麼呢？那你就不斷撩一下，原來有錢人是怎麼做的呢？high network是需要什麼的呢？OK，好了，那所以呢，我建議大家向那個叫做，勾住這裡先好嗎？好。好啦，建議大家將那個，如果你做call call尤其是，反正你都亂這麼做的了，不如試試針對那些大一點的客人，OK？啊，就是究竟，那當然啦，他都有講一點範圍是做什麼啦，那呢，

00:13:16 Speaker 2
他那天的speech share就是盡量分享這些東西。這些都是剛剛類似的。其實我們有時覺得說話要很厲害，其實不是的。最重要是聽話聽得很厲害。但我也會講一點，這是他的版本。我也會跟大家分享一些selling的東西。他很有趣，有痛苦不會買單。你知道他每一個客戶都會送一個蛋糕給他嗎？

00:13:48 Speaker 2
像不像我們老闆，送一個梅花給他。每一次他出了蛋糕的時候，都會sell他的東西。但我會告訴你，他的客戶是怎樣來的？你們的客戶是怎樣來的？MDLT的客戶是怎樣來的？轉介。通常是怎樣來的？轉介。是不是狂做叩叩？是的，一開始。但是之後玩什麼？玩轉介。你的客戶會不會轉介你？你每天送蛋糕給他都不好意思，是吧？

00:14:19 Speaker 2
看看他，不知道多少個客戶，送蛋糕都很誇張。說一點，這些成為某一個領域的專家，現在他們要成為某一個領域的專家，但是你要做的事情就是接駁AI的東西，公司有的東西，區域有的東西，然後有些解決方案，我們提供給客戶，這樣就可以了。你不用重新學過去做一些什麼東西，但是你要去增值自己，要起碼吹起來，有板有眼。他就分享了一個案例，頭保人李總，李總是女士，

00:14:53 Speaker 2
然後她有個老公，這個怎麼認識的呢？就是她的朋友介紹給她的，她的客戶介紹給她的，客戶介紹給她，是不是一介紹就簽到單呢？我們有很多神話，很多奇蹟，很多傳奇就是這樣出來的。一個月就是MWT，一個月就是TOT，一個月就是COT。我們的區域上年有一個一個月，TOT。怎樣做的？知不知道怎樣做。

00:15:23 Speaker 1
自己打。

00:15:24 Speaker 2
自己打？非打到你不打？嘗試打一下，怎麼做？他肯定很神，肯定什麼？你會想很多，原來你以為成功很特別，其實不是的。那當然你們猜中了啦，他本身，大佬，難道我訓練得好嗎？難道Peter教得好，然後就簽到嗎？當然不是，剛好，那個客人是想做股票投資的，他剛好有錢，想放在保險上，share一些risk，他就做一個幾千萬的，他分五年，一年。

00:15:55 Speaker 2
一百七十萬美金，然後做一個，他整個portfolio的一個，擺位，不是假單來的，他真的要的，他在2002年相識了李總，因為朋友介紹給他，但李總沒有買，因為自己有買保險。2003年，他要交保費，在同一個公司中撞上了李總，因為他是別人的顧客。2004年就去拜航，跟蹤李總，調他尾，然後2005年簽了一張，

00:16:37 Speaker 2
幫他老公買，幫他子女買，搞了四張。然後，你猜他refill的能力是怎樣？他常常逐下講，你見到他每一年簽一張，挖到幾深，雖然不多，十萬，二十萬，十萬，二十萬，幾十萬。我可以分享一點，去到這裡，這裡，或不知這裡。客人開始跟A總說，我不會再買保險了，我不會再買保險了，阿彪，他說他不買了，阿彪說OK，沒問題，買完這張我不買了，下年再找他，買完這張我不買了，下年再找他，是這樣的一個pattern，但是他都買得很開心的，曾經有一次，我不知道是在這裡還是在這裡，去到2023年這裡，他就請這個客人去一個旅行，就說是那些高端客戶才可以去的旅行，

00:17:37 Speaker 2
不知道是去中國的某個地方，然後其實所有團友都是他們的人，很瘋狂，可能是他們的同事搞個Halloween，然後帶個客人來，然後特別有個抽獎環節，還被他抽中了，然後你這麼開心，不如買一份保險，之後就拿個二頭八十八萬交個三年，無所不用其極，不斷掘，有時就說，很黎民的，可能找多個人，找個妹妹，

00:18:08 Speaker 2
說阿彪欠兩萬，欠一張單就到了，李總你幫幫他，找個妹妹推他，去搞這件事，你見到其實，你不要那麼誇張，我們拿一半，或者我們這樣說，如果客人跟你二十年，做四張單，五張單都可以，但你的客人的回單機率高不高呢？他玩什麼？見得多，當然他人很nice，

00:18:39 Speaker 2
但你見到，每次都拿刀出來，但他是幫客人的，不知不覺儲很多錢，第一，我sell得，第二是什麼？零五年交十年，一年不就交完了，那就可以再做了。你要明白，這些單是會完的，原來我們做五年，會再跟蹤客人，所以每年都會有錢到期，

00:19:11 Speaker 2
每年都有錢到期，每年都有錢再扔，這些叫什麼？策略，不是運氣，原來我捉到一個客人，我有策略地轉心一點，但你的策略不是，我的策略是，每個人捨一口，簽一張，簽一張，讓他們自然的，還是說我捉兩個高薪，然後在他家庭，我深入陪伴，我只服一兩個家庭，我已經可以轉好入，

00:19:43 Speaker 2
二，他急不急，其實不算很急，認識你，大廳見面，跟蹤拜訪，這裡都用了三年去鋪這個客人，然後成為客人之後呢，就給相對應的服務啊，資訊啊，提供一些東西，當然當然會講他的視頻啊，那他講的就是說什麼呢，他開始講一些成交的方法，這個講得很對的，普通的風險，你可能給幾萬元一年，OK？財務風險幾十萬元，

00:20:14 Speaker 2
你推銷一些解決方案，推銷什麼解決方案，那就有不同的價值，哪怕你的那張單是一模一樣的，OK？一言不中，千言無用，就是說你講話要講得盡，不要不斷地炸，所以聆聽很重要，然後選中就講啦，OK？好了，這句呢，就是在說他現在做的很多單是什麼呢，就是那些叫做，你會見到整個，就是有時就是怎麼說呢，你，你賣東西，你覺得為什麼一個人可以，

00:20:46 Speaker 2
你覺得保險，難不難買？大家有沒有覺得保險蠻難買的？難不難買的呢？難不難買呢？大家覺得保險難買的，舉手。大家覺得保險不難買的，舉手。大家覺得不知道的，舉手。想別的東西的龍哥，舉手。

00:21:22 Speaker 2
保險難不難買呢？難不難買呢？你問問別人。難不難買呢？是否我講的問題是找對人？現在Jackie醒目了。你知道其實沒那麼難的，但你不是一尾死牛地衝，

00:21:54 Speaker 2
接著好了，二百個中學生和我排隊，然後我每人sell你一次，接著你會有單嗎？沒可能的嘛，你要想想你現在賣些甚麼出去，ok，甚麼方向，我的plan是在賣甚麼的？原來，現在的世界在玩甚麼？老年化，銀髮族，你的retirement plan的solution，sell成怎樣先？你會不會sell一些正在退休的人做退休計劃呢？還是說你只會sell二三十歲做退休計劃，還是說他六十五歲怎樣做退休計劃呢？

00:22:24 Speaker 2
大家我會講一點點這件事的，因為大家碰到的客，或者這個世界的錢拿在哪裡呢？不是你的富二代朋友，是你的富一代uncle，那個Uncle，五、六十歲，六、七十歲，怎樣做的呢？很多產品設計是做這一班客人的，幫他們的手的。但是我沒有說，轉完這個位置，沒有跟這個世界，我只是喜歡做我自己喜歡做的事，是甚麼？可能你自己喜歡做基金也行，喜歡做甚麼？但是其實你要跟這

個世界，這個說甚麼呢？老人家呢，即是他在說，那麼好了，作為一個老人家，為甚麼要做退休規劃？

00:22:58 Speaker 2
你們不是老人家啦，你們不知道啦，這裡有文有小朋友的，英，這麼緊張？要龍哥舉手，要龍哥舉手，他這個我都以為是，龍哥，那就是大王，但是還未知，他自己不知道，有時讚外快拿去，讚外快，現在這句說話，不知道大家，我覺得挺有感覺的，就是說呢，你父母的家，始終都是你家，父母的家，始終都是孩子的家，但是你的家呢，

00:23:29 Speaker 2
不一定是你爸爸媽媽的家，還是你現在的家是關你爸爸媽媽的事你不要來啊，你來要打給我啊，大佬有沒有搞錯，搞到亂了你不要來了，是不是啊但是你媽媽你永遠，那會是什麼意思啊你養兒房佬已經是out了。我養了四五個兒子，將他們對我很好不如，其實最穩妥的東西都是將來自己擁有，你冬天怎樣過呢，夏天決定的，很傳統的，但是真實的。

00:24:00 Speaker 2
你可以收一兩個，然後在你和朋友聊的時間講一些正氣、諒言的東西你現在立刻做個退休，為什麼啊，你為了小朋友是好的不過有一句話叫做，父母的家始終都是孩子的家，但是反過來，孩子的未來我們就，他也明白啊，一定知道的沒有人不知道的，我不相信Jeff是想著。你快點幫我找個金龜勢，然後幫我簽一張TOT。不會啊，他自己簽TOT養女兒。

00:24:32 Speaker 2
好了，比較重要的，我就跟你講一下，就是這一句。然後，這就是老年的時間，是怎樣過年青的時候決定，你是快寶還是草，就看你的袋子決定的。你老了，還有錢，就豐穩猶存。如果你沒有錢，風俗殘廉，人家都討厭你了。這些就是他推銷一些，可能四五十歲或者老總，你要他做一些規劃的。

00:25:04 Speaker 2
他的推銷方法，我直接演繹給大家聽，之後我當然會講多一點點我的方式。我們希望做一個手心向下。一個人是否幸福，看萬年，是否成功，看樣子，這些就老套，不過他講得很有感覺，因為我不是用這套sell的，其實他講得挺好的，我都想立刻做退休的計劃。

00:25:39 Speaker 2
超級老年化，原來人的壽命越來越長，這是不爭的事實，而那群人六七十歲都很活力，那你又是以為什麼，我們有時sell老人傢什麼，六七十歲，你會覺得什麼，sell他儲蓄，要供多五年，這樣就很長，這個是誰想的，是你想的，老人家會覺得什麼。五年很快，他眨眼一百歲八二歲，你知道我最近有個客人有個家庭，我都知道家庭的事情。

00:26:11 Speaker 2
都很慘情的，但沒辦法，以前那一代是這樣的那個爸爸八十多，差不多九十歲

就有一點點老人痴呆他未老人痴呆的時候，他就把那個那層樓，想分給四個女是這樣說的，現在老人痴呆了傻傻的，半傻不傻，就給他媽媽，就是給他老婆當然，給他老婆夾了上去律師樓把名字轉了，OK，那大女就覺得。

00:26:43 Speaker 2
你們不適合我，但是那個爸爸沒有任何爹的，原來人是很脆弱的，你沒有立下什麼位置，沒有人幫你看著，那些東西就是不跟你的意願是怎麼走的，哪怕你的遺願是想著怎麼做，哪怕你遺願是適合還是不適合，其實應該要跟你的遺願的嘛，所以現在的規劃是差很遠的了，這個是誰啊？我年輕的時候的樣子啦，

00:27:14 Speaker 2
Jackie是吧？好啦，劉德華帥不帥？25歲、30歲都是帥的啦，30歲和40歲都是帥的啦，50歲和40歲都帥嗎？都帥，50歲帥不帥？當然啦，80歲，就是這樣說，你80歲或者60、70歲的劉德華，你在街上撞到他，你會怎樣？打招呼或者拍照，漂亮嗎？

00:27:46 Speaker 2
都可以，有價值我也會抱著他。因為他有錢所以那件事就完全不同了如果你在街上見到一個叔叔，沒有錢，沒有貢獻，什麼都沒有人是不會理你，假設現在這個人是，公園老伯，所以人的一生很快就過了我想他用這個來說，人的草木，人一世，草木一秋。

00:28:18 Speaker 2
可能最後你會剩下兩套碗碟跟你心愛的人一起但是有機會是剩下一套，所以你要自己安排的，有些事情，譬如，因為大陸人呢，大陸人很多時候呢，就是說什麼，我很相信我家人啊，不會有這些情況啦，我家很幸福啦，沒那麼複雜啦，很多人都是這樣想的，但是其實你見到小的，你現在，可白啦，好像還有一個阿伯出來了，陳伯，是不是啊？八十歲，八十歲，沒有了幾十萬是不是啊？你家阿伯，你。

00:29:14 Speaker 2
這些都可以跟客人說說，你買或者不買，意外都不增不減。你信或者不信，風險都在你身上。你愛或者不愛保險，保險都是不捨不棄的。你補或者不補大病，其實補費都會加的。你想或者不想養老，錢都是越來越多越好。保險，跟剛剛的上下呼應，保險不是用來改變生活的，是用來防止你的生活被改變的。

00:29:45 Speaker 2
這傢伙是這樣的，他說自己是第一個被邀請去MWT聯會分享的中國人。你看到他發給客人的信，月曆，日曆，一定會印這個章，你看到嗎？我願意為你全家提供服務，人壽保險將會是我終身的職業。嘟嘟嘟嘟嘟嘟，女企標。所以他很有使命感，很強的，亦都make the difference，很老套，就是這麼老套，因為他將他的職業做得專業，因為人家要安心，你想即抄，你說他的建造，

00:30:32 Speaker 2
盧家俊，盧家俊，你見到他跟我們講，我keep住第一名，未試過第二第三名，

他講建造，即是說700幾件，400幾件，很多件的他做，最差那年都是做78件，第一年入行，都已經第一了當時，但今年這個是三個月，即是我早一兩月聽他講的，75件，他疫情都是這麼多的，他也是強的，這傢伙是，

00:31:07 Speaker 2
他問他不知道連續多少日開單？776日。

00:31:12 Speaker 6
但是他每一年是有360日，每年連續360日加9加480日，9加191日。

00:31:22 Speaker 4
即是你的意思是不是…

00:31:25 Speaker 1
因為有一年是全年的遊覽，我不懂計算了。

00:31:31 Speaker 4
是不是1819年那兩年。

00:31:34 Speaker 1
你06年也有。

00:31:36 Speaker 3
06年也有你知道有一年是多於365前後極。

00:31:40 Speaker 2
大家不要看針灼，抽絲剝繭，一定是說謊的，你一定是很想找到他說謊的程度，你一定是不相信的，我當然明白，不相信努力是會換成我明白的，我每天都跟人說，我們在屋邨長大，人家都是不相信的，一定要找錯處的，你那條車在屋邨嗎？我們都找人家，全屋山邨，全屋山邨，寶翠園那些，

00:32:16 Speaker 2
好，這一句我覺得挺重要的，你成交之前看你的能力，你行不行，成交之後就看你的頻率，你接觸的客人多不多的，接觸舊客的頻率多不多的，還是說你有東西要推銷才推銷的，還是說你觸碰他都觸碰得多不多的，有沒有個平常去觸碰他，他就玩頻率的，你相信什麼，客人相信什麼，你銷售什麼，你接受什麼，這個是不……不謀而合你如果想做大單，那你要怎樣？講大單和推銷大單。

00:32:48 Speaker 2
你每天說一千元一個月，兩千元一個月我沒辦法，Lisa是瘋子我一定是隻推銷她兩千五百元再多她就不買了，所以我推銷不到十萬元美金，OK？對的，你沒有錯，什麼叫對的？你沒有錯，我想問問這個世界八成人或者九成人，相信的東西是不是錯的？這個世界八九成人都覺得錯的那些東西是不是錯的？

00:33:20 Speaker 2
是Defense是不是？Defense是什麼？是不是錯的？如果八九成人，龍哥你覺

得？八九成人都跟你說什麼？無緣無故你推銷大單去嚇走他，八九成人跟你說什麼？做保險要怎樣？兩條取走路，不過呢，你需要打穩你的根基，先請人你才會穩陣的嘛。是不是八九成人都是這樣？為什麼？你做不好自己的根基怎麼辦？

00:33:50 Speaker 2
你請人回來就不行了，是不是啊？通常這些是誰跟你說的？沒有請人來的。還沒到經歷的人，不是你怕。不是怕你，剛好在你旁邊而已，OK？剛好在你旁邊而已，OK？我不是說，你現在要，看你去哪裡，如果你走的方向是5%、10%，走的人的方向，你要聽5%至10%的人的方向，你不可以什麼都聽。剛好，阿朱、阿九都跟你說怎麼做數，你就跟著？喂，聽一聽那八千個，

00:34:21 Speaker 2
他怎麼做的，是不是啊？用什麼心態啊？有什麼活動啊？抄他，是不是啊？喂，我剛入職，或者我長期都沒數的，你又走去聽，你就白痴了？就是Jackie啊，他不用COT，但是他嘴巴比COT好，是不是啊？COT啊，龍哥，啊。龍哥是否也很聰明呢？可以催促，但你不可以怪龍哥怪就怪Kent，你不懂得過濾你怪龍哥做甚麼？他也催促你催促但你要自己過濾世界很多不同信息。

00:34:54 Speaker 2
你要拿一些我要抄些甚麼我要拿最top，最1%、3%的人在哪那些概念，這個要記住，能力和頻率現在大家輸些甚麼？應該輸頻率多一點，如果我沒有猜錯，那麼，細水長流和那些，這個也挺重要的我看看這個訊息，很棒的。

00:35:26 Speaker 2
他，讓你看看他講的時候挺搞笑的，我覺得是cam cam的，應該是camcam你的，但是他那個人是愛恨分明的，ok？女經理，這個人中了危宅，然後cam了一個十萬，ok？他就說這個客人本身是sell他三十萬，最後就，只是買十萬，最後cam了十萬，大概這些價格，那他真的中了危宅了，他就很感激你了，女經理，感謝你多年來，多次來我家，我老公來我公司叫我買保鞭，但是我多次。

00:35:56 Speaker 2
跟我說這個重要性，但是我，又說意識到，但我意識到只考慮收益，我拒絕了你很多次，你的專業，我很敬業，謝謝你，最後就多次購買，那在我最需要的時候，你就給我一個希望，我請你原諒，對於以前不懂保險的我，說了這麼多難聽的話，我現在向你道歉，ok？那如果你是女經理，你要說什麼？不要客氣啦，那沒辦法了，要加單了。

00:36:29 Speaker 2
黃姐，你對我這樣的經驗，不理解，也事有的，沒所謂的，沒買錯的單，只有買不夠的補單。最遺憾的，你現在不可以再跟我買了，OK？不過你還可以繼續多點購買。

00:36:43 Speaker 4
還要痛多一點。

00:36:46 Speaker 2
他不是計算錢的啦。這個人生氣是什麼呢？我真的覺得你這個人，沒有這個保護是有問題的。那我很用心地告訴你，你老鼠，你覺得我是賺佣金然後踢走我，然後我多次跟你搞，你不是的，你真的欠他保險。你現在中了就拿東西。我早就說了，不過你現在買不到了，再介紹人來吧。他是做一個意義的。我現在是想你盡量代入他的心理，OK？這些是什麼人來的呢？

00:37:16 Speaker 2
他會嚇人嗎？因為他正在做一些有正義的事他不會嚇人的他自己加一句名字。

00:37:24 Speaker 1
我愛你與你無關。

00:37:25 Speaker 4
這個是他有沒有分析。

00:37:27 Speaker 1
不要理他了我愛你與你無關。

00:37:30 Speaker 2
他寫自己的名字那你說，這些阿伯30年前沒有所謂的飾鬼小紅書那你說一個阿伯做社交媒體比較聰明還是一個年輕人做社交媒體比較聰明這裡有沒有人做社交媒體有的嘛阿伯做社交媒體比年輕人更聰明他一定是，小二麻痺的啦，一定是課金的啦。

00:38:01 Speaker 2
開始講這些了你不記得自己貧乏的問題這傢伙很勤奮的這傢伙我覺得是搶的，對他自己，你一馬去玩魚翁殺王，他就哼哼聲你這三個微信群，十個客戶群，還有十五個什麼群五萬幾個鐵粉，然後不斷拍東西，這些有錢，你估他自己請他的弟弟來還是什麼，科金？這些是不是科金呢？你看看，全部都是他的樣子，你看看，是要科金但是不是那些，不是那麼多金。

00:38:33 Speaker 2
不是你要幾百萬拿來搞這樣的東西不是幾百萬買到的數字你叫龍哥買，買得到嗎？買不到，這個是每天入客一點每天入客一點，每天入客一點你捉不捉到時代觸覺？他正在捉，那時候原來微信群社交媒體，小紅書說了兩三年開始行名，開始認真行名我現在有空，去個頒獎典禮拍幾張照片放上去，那就叫做不是，我要認真去做，如果你覺得這是一個方向的話，除非你覺得不是，AI時代很快完結。

00:39:03 Speaker 2
接著我們就回到農務系就是耕田了，所以電腦都沒有了是不是？你是這樣預測的可以這樣做，但是如果你預測，AI會更加好，IP更加緊要人家去認識你，未必是真人認識你是上網認識你的，就是說我想跟禮儀買保險我按進去禮儀那個page那個小紅書，看到什麼？不用多粉絲的，起碼多這些保險的東西。這個就

是說，其實他老人家都是拿獎勵，這些獎勵的樣子比我們壞很多，他就這樣幾十年拿，我不知道這些是不是很重要的獎勵。

00:39:38 Speaker 2
他在說什麼呢？這張照片是他的助手拍的，他說他那次就是，因為他那邊下大雪，他也穿著西裝，因為那邊的人不是穿西裝，我想是穿那些棉襖，那些東西。那他就說，去見客的時候，客人就說你為什麼穿那麼少，或者怎麼穿西裝，沒辦法來見你，我們一定要保持你專業的。他說最後就這樣簽了這張單。就是說他現在這個時刻還是，

00:40:10 Speaker 2
你起碼叫什麼？你不要以為自己有多有型才行，就是拉屎褲，跟著金毛，拉來拉去，你以為這樣叫有型有款嗎？你要做回銀行的人，如果你真是想投入這個事業的，你會告訴別人，我第一眼都不可以輸給別人的。就是說，我基本上第一眼就覺得我是應該勞政的，第一眼就覺得我是應該是代表友邦的，真是會做保險的。你不要那個樣子，就像阿卡，當然穿得很專業的，他不會因為他跳舞，

00:40:41 Speaker 2
而穿到跳舞衣去的嘛。不是啊，跳舞衣很漂亮的，你看這個DV，看得套詞的，你不會這樣的嘛，你會穿，所以他會對他的專業的。我有時候有些活動，我都會帶衣服回去換的，因為我尊重總監這個東西。這個很重要的，什麼叫做專注目標？就是隻做目標相關的事情。有時候，你知不知道TOT是多好的？

00:41:12 Speaker 2
TOT有三百多萬個，你選不選？我選擇COT，你選擇COT的同時，你還會選擇什麼？選擇COT，我又選擇不臉蒙，我又選擇在家休息，我又選擇不跳脫出更多鬆。現在不是你不懂得選擇，是你什麼選擇太多，你不懂得犧牲。就是說你什麼都要做，太貪心就什麼都沒有。是不是？

00:41:44 Speaker 2
目標轉轉，我做了十七年，我都見過不同的人，大家對目標那個叫做，如何達成目標的手法是有不同的。有些人是什麼呢？好像Jack那樣的，日積月累的，每天做點做點做點，他就突然間很厲害，是這樣的。有些人是怎麼樣的？好像Peter那樣。我沒有什麼長途的毅力，我是短途爆破，我只是玩三個月而已，因為我一定分心的，我為情所困的，好像Jackie哥那樣，

00:42:19 Speaker 2
可能突然間有事情想想，原來是短途爆破的，你就冤枉自己三個月做一些瘋狂的事情，可能Kobe也是，Kobe應該是短途爆破的東西，他長期不到的，一長期就為情所困，但是你不是365天的嘛，起碼有兩三個星期沒有情的嘛，那一刻就想打渣又沐浴那些的嘛，肯定是想說以後都不再相信男人了，一段這樣的時間的嘛，但是那段時間可能維持幾個星期嘛，那你就利用這幾個星期，你不要按部就班，你要一下就兩個星期，你要懂得自己怎麼用你自己，

00:42:52 Speaker 2
但是在那個時刻的時間，無論你是長跑也好，你是短跑也好，你麻煩呢，專注目標，只是做你目標相關的事情，其他事情不理你。不挑你住，我不是一輩子不理你，我只是搞定了基本的事。好了，達成目標是最關鍵的，你看到他的概念是什麼呢？拜訪，拜訪，拜訪，量是由你自己決定的。

00:43:23 Speaker 2
PETER，有沒有人覺得拜訪不知道說什麼好我見過客人說什麼好呢？除了SELL DOWN，我上星期才見過他，我還有什麼可以跟他說？有什麼可以跟他說？會不會覺得很難？會，有時候會，那可以怎麼做？如果難的話。我不知道說什麼好，那可以問誰。

00:43:56 Speaker 4
豆包。

00:43:57 Speaker 2
問豆包，問人工智能，你一定知道的，所以答案一定有的。但是你可以將時間縮短。本身我現在見他搬兩個小時的，但現在我玩十五分鐘而已。我見你十五分鐘，我touch一下你。因為老實說，有時為什麼你會找這個人買保險？為什麼？你問一下客人。為什麼你會跟上一個agent買保險？是這麼巧的。

00:44:20 Speaker 4
一個衝動。

00:44:22 Speaker 2
因為我這麼巧需要，你說得多好，就跟你買了。又不是很貴，兩三千多元。你不要想得太fancy。好了，現在我要玩頻率。我要讓你覺得我一直有碰你。而你那段時間是做這些的。你碰碰碰碰碰碰碰，原來Lisa很容易找到的。我之後跟服務也很容易找到的。而且通常要拿referral什麼時候？簽單之後多久？即時就對了。簽完單頭三個月，我們叫密合期。

00:44:53 Speaker 2
前三個月叫蜜月期，你不要想要簽完單，下年renew的時候，再拿referral，通常不是的，通常是簽完單之後呢，三個月內介紹的率是最高的，怎樣拿的，阿卡，你呢，你身邊會不會有一次呢，好像你這些人呢，會不會好像你這樣，就看你賣什麼單啦，也同樣有需要的朋友可以介紹給我呀，沒有需要技巧，當然你可以有技巧包裝一下啦，你沒有需要技巧，你只是講一個這樣的量呢，

00:45:25 Speaker 2
都會有用的，那這個要怎樣呀，set 到你的SOP單，我會講一點SOP的，SOP是什麼呀，聽不懂呀，SOP是什麼呀，Standard Operation Procedure，OK，就是說你標準的流程，怎樣由這個，準客變客戶，但我會講一點，好啦，這傢伙是怎樣的呢？給了目標，他就當真，ok？拿著中國國旗，你知道他多厲害吧？

00:45:56 Speaker 2
一定是笑他吧，是吧？不用談的。這傢伙，大哥，你賺這麼多錢，你不揹著中國國旗，你會被人抄家的。真心，你試試有錢得來揹著美國國旗，你明天就沒錢了。去中國境外的話。那你好了，有目標絕不動撩，人挑戰更加。人挑戰你怎麼辦？撩你怎麼辦？他死了，是不是？他就是這些叫做什麼？有一個嘈炮的性格在那裡，ok？就是有人撩他，他就來撩了，ok？

00:46:28 Speaker 2
那麼，這一句也是重要的。在你中間走的時候，都不謀而合。剛剛說的那些，聽那些八十、九十%的意見就是說，窮人只會教你怎麼變更窮。成功的人怎麼教你成功，ok？所以其實你有沒有去特意主動地去找人去拿這些成功的經驗呢？ok？好了，你不用在別人背後議論你的。你有沒有試過，我相信Jackie有試過下去那些砰唧砰唧的，是吧？砰唧砰唧那些，砰唧砰唧，是吧？

00:47:00 Speaker 2
如果我們一堆人砰唧砰唧，下去砰唧砰唧，下去感受一下那個氣氛而已，OK？如果你這幾個人砰唧砰唧，我過去撩女生呢，或者你的朋友撩女生，你會說什麼？你看看，你看看，Angus有你了，你看看，Angus有你了，這樣吧？那Angus對不對才做事？喂，下去砰唧砰唧的地方，當然是去什麼？砰唧的去砰唧的，砰唧的啦，是吧？一定要有收穫的，是吧？但是你，喂，去聽歌啦，有些人，是吧？就是說，如果，有，很有趣的，你去拿你的目標的時候，有人會說你的，就是說，現在你做，你做保險，你知道我做保險做了第二年，我的朋友跟我說什麼？

00:47:43 Speaker 2
找到一點錢之後，他跟我說什麼，很搞笑的，我沒有做過任何事情。但是，就是，就是叫做，混得好一點，就是買了一輛車，然後就不知道怎麼樣。他跟我說，喂，Peter，就是九五搭七的，他跟我說什麼。

00:47:55 Speaker 5
辛苦你了。

00:47:56 Speaker 2
不是，其實，其實是什麼？其實呢，人生都不只是錢的。你為什麼要這麼勤奮呢？就是，這樣的啊，那，那怎麼辦？他說，很多人是會受苦的。真心的，我和你這麼好朋友，我當然不想你改變。他真心是想你好，但是那種好是想不為…我做做下…不要那麼好。不要那麼好，是真的。我做做下會變成…

00:48:29 Speaker 2
那時候應該只有Jeff知道的，有一群人是走了的，然後Peter開始變了，變了psychilization，沒有性了，怎樣怎樣…

00:48:39 Speaker 5
psychilization。

00:48:40 Speaker 2
即是變了…中共這樣說我是那些，只是為了錢，不顧親情，不顧性，我是一個經理的角色，我和大家說說數，要捉大家，是不是正常？還是我應該怎樣？和大家開玩笑？那你進來是開玩笑的嗎？你進來找數，找誰？我當然要說這些東西給你聽，去捉你們，令你們有所成長，然後去做好一點，這是我的責任。還是說我不是，今天播…播一套…王八定王那些，

00:49:11 Speaker 2
和你們開玩笑嗎？不會的嘛，所以呢…原來這個很重要的，就是你不要理別人的意見，你一些有用的人的意見，你自己要懂得去選擇，那什麼叫有用沒用呢，就依你的目標去決定，你目標是什麼，OK，如果你不是跟別人，你不是我說什麼，你做什麼的，是你想怎樣才行，就是你要有想怎樣才行，是吧，那好吧，你不用理論，啊，Kobe你這樣進去，啊，又是，現在我們是不是有個出名的sugar daddy那個，是吧，

00:49:49 Speaker 2
喂，你說別人做什麼，sugar daddy是真的可以改變他一生的，可能，他繼續尋找sugar daddy，你吹啊，是吧，那如果我是他，我不會理大家，我繼續找sugar daddy，是吧，就是，你，但是他不會回答你的，因為你肯定，比你聰明的人不看你的，即是Angus去踢球，對女比賽你會不會做一些賽前的準備為一些差一點的球隊呢？你不會的嘛，我理得你你唱歌，我不理你，所以有什麼呢？

00:50:20 Speaker 2
原來背後議論你的人呢，當然我覺得，你可以聆聽一下那個意見但你不用被他影響得太深除非他背景有一個很譬如現在Peter過來影響Jack其實帶人應該要這樣帶的那他當然要聽一下因為我帶過人，但我告訴你，Jack跑步不是這樣跑的你的腳太重了，這樣你就浪費了一點力量你跑步的時間，你一定要身輕如燕我這樣跟他吹，你覺得聽不聽？

00:50:50 Speaker 2
他聽就去白痴，但我吹的是我的天份你明白嗎？我一定可以吹的，我跟他吹跑步他怎麼會夠我吹呢？他實踐勁而已，我吹勁嘛，我講跑步，他一定不過來的。那就是說你要去分析這個世界很多坑的，很多九五搭七的叔叔就過來跟他說，我什麼都不用做，賺很多錢，然後你過去信，然後貼上去都是白痴的。你知道嗎，我也是第一、二年，那段時間有很多這些說話的。

00:51:21 Speaker 2
我試過去，就是想著向上樓，跟律師去，見完一班律師，去律師樓吃雪茄，喝紅酒這樣，煙霧瀰漫這樣。然後有幾個女生，但是那些女生不關我的事，我是純粹想著看看有沒有保險去推銷一下。我是怎樣上去呢？是那幾個女生帶我上去的。但是我的女性朋友，因為以前我都瘦一點點的嘛，有Angus這麼帥的，現在就說不行了，以前真的挺有型的嘛，都很多女性的朋友。那女性朋友，她沒有能力幫我買保險，就說我介紹些不知道什麼給你，

00:51:53 Speaker 2
然後就上去跟律師吹吹水，九五搭七在那裡。那時候，現在回想起來，我好像說了一些東西，但是好像九五搭七那樣，很搞笑的。吃完煙，喝完酒，去下場，去唱K，唱K的時候，有個人走過來跟我說上市公司主席來的他就跟我說，你做什麼？你做保險？其實不是鬼，做保險啦，他這麼成功，我也要想想如果我不做保險，做什麼好呢？

00:52:23 Speaker 2
是不是？TOT說，其實不要做保險你又真的去聽我就想，如果我不做保險，我做什麼呢？想當年如果一個大學生，學歷又不是很厲害只有大學生，我不做保險，但是想月薪過十萬那找什麼工作。

00:52:41 Speaker 5
開糖水店。

00:52:42 Speaker 2
糖水店就輸光了錢，輸了很多錢沒辦法的，我會明白一件事你的情況和我的情況是不同的，我沒有辦法， 我要靠雙手， 我不能回去哭， 我做不到， 我不能找我媽媽找我爸爸， 我是要靠我自己的。那被人說， 哇， Peter， 你真的為了錢， 你只是看錢， 啊， 怎樣怎樣怎樣， 我可以怎樣， 那沒有辦法的， 但我知道自己對別人是好的， 我對大家不是隻是講錢的， 那我知道自己就可以，別人講什麼， 我， 英文叫做I don’t fucking care， 也不會生氣， 真的不會生氣什麼， 是不是， 那你一定是很多， 現在我們， 我們上年的區都做得不錯嘛，

00:53:24 Speaker 2
很多總監想打死我， 就是真的， 大家都想打死我， 是不是， 在背後又議論我， 因為他們什麼， 不如我嘛， 是不是， 他們哪有事的， 是不是， 我沒空理他們， 正常的嘛， 這些， 所以我想大家有個， 你今天來這個地方是想爭一口氣的， 想做好一點的， 你是真的要靠自己的雙手， 但是資源是有的， 但是資源是廢的， 如果你不想做好。你沒有阿彪哥那些頻率，有多少資源你都廢啦。

00:53:59 Speaker 2
每天講這些不行。最後呢，講多一點這個。銷售呢，這句很有motive，像龍哥講的那些。銷售行業呢，沒有一夜成名的。努力吧，直到你的銀行戶口的結餘呢，好像你的電話號碼一樣。他就跟我們講，香港有多少號碼。

00:54:23 Speaker 4
八個位。

00:54:24 Speaker 2
八個位？那很快就到了。大陸有多少個位？十一個位。十萬，八萬，千萬，千萬，很快就到了。大家一定有生之年，一定到。千萬，億，十億，八億。所以他還在努力。為甚麼是努力的人呢？繼續努力吧。正常的，在這裡賺一千萬，不是很難的。銀行帳戶存一千萬，不是很難的。

00:54:55 Speaker 2
為甚麼我可以說不是很難的？Peter，你現在冤枉我，一定是你有了。我們怎樣判斷一件事是難還是不難的呢。

00:55:05 Speaker 4
有多少人做到。

00:55:06 Speaker 2
Exactly，有多少人做到？AI 多多少人做到？很多呀，很多呀。就是，我剛剛分享了一個報告給你聽，就是究竟一個總監，一個經理，或者他平均賺多少錢呢？有請，有沒有請？因為公司做這些調查，也有賺錢排行榜，有些人一年就做幾千萬。所以你說，為甚麼你會覺得難呢？

00:55:37 Speaker 2
為甚麼你覺得難，為甚麼覺得容易呢？為甚麼？除了我做過之外，但如果當我兩個都沒做過的，我又沒做過，你又沒做過，為什麼你覺得難？我覺得容易。我反過來問就知道了，有沒有人覺得升大學是難的？有沒有？我沒升過大學，上當年中學的時間。你們也是的。有人覺得升大學是容易的，有人覺得升大學是難的。

00:56:08 Speaker 2
就是說你們應該不是名校出身。我一群朋友，全部都是升大學，我那時候覺得難的，因為我是唯一在這間學校，由中一到中七升到大學的人，唯一。那你中一隻有一班，我中一有十班，中一有十班，去到中七升大學只有我一個人。你知道這是什麼學校嗎？那時候沒有選擇的，直接丟進去的。

00:56:39 Speaker 2
你知道我小學的操行是什麼嗎？優良， 常可， 劣，小弟是拿劣的，有沒有可能拿劣呢？那個小學生他做了些什麼呢？殺人沒有辦法。所以我覺得我是很不喜歡那些教育制度的我覺得是神經病的如果我有小朋友的話他拿這些我覺得是不作準的老師都是白痴的真是白痴的嘛你弟弟， 我有這麼可愛的小朋友你給亂。

00:57:10 Speaker 2
神經病那我講回正題，首先就是說為什麼呢？原來我的環境會影響到我的思維你覺得難， 為什麼呢？因為你的思維所有人都覺得難我就覺得難所以如果你想覺得容易而容易一點做你要怎麼樣？跳落一些，我是完全感受到這個，因為我中學那間學校是很差的，有十幾班，我為什麼會跳出來呢？不是因為Peter厲害，是因為我在中三轉了一個環境，我中一二，因為中三我們的學校轉了直資，可以選一些大陸人回來，那些大陸人就在上面讀高三，下來讀中三，4-4-A除了4英文，

00:57:51 Speaker 2
那我就很頑皮，但我未至於有跟人打架那些，我只是去圍繞二十幾人的腳，我沒有真的撩起那件事，我最多一兩次，一年好像打過，我發起的暴動是一兩次左右，不是很頑皮的，在那個範圍下。那好了，以前真的會小息，沒什麼事

做，想說Hanger有點囂張，我們現在要招他，然後拘捕十幾個人，就招他，拘捕之後就被人拘捕，拘捕之後就在禮堂上，然後寫口供紙，日生活是這樣，但我們也不是很頑皮，因為我走得快，有時他抓不到我，

00:58:27 Speaker 2
真的啊，你一定要走，不關我的事啊，那些呢。沒有啊，很搞笑。那好了，但是呢，我Mr.呢，就是我的恩人來的。他就說，哇，Peter，你真的是，就是他覺得我很好啦，是不是？沒有什麼，他覺得我嬰皮而已。那他將我呢，我有一科數學是挺好的，有一科數學有九十幾分的，全級考第二的。那有一科數學是特別好一點的。那他就將我調了去精英班，那個是B班。因為那時候分七班。我B班叫好精英的啦，OK？那去到那裡就被人冤枉了。

00:58:57 Speaker 2
那些成績啊，數學啊，那些人冤枉，我以為自己的數學很厲害，那些混蛋，天天打機，捉象棋，那些數學全部這麼高分，因為以前不知道，我以為，哇，你們這麼厲害啊。然後呢，那開始，那我不懂去問問你了，然後又可以的，但是他們很怕我，因為他們怕我是黑社會打人的，以前。他大我三年啊，他大我三年都怕我，我不是嘛，這樣啊。那但是，之後我就脫離了那班，因為我那班同學或者朋友呢，覺得我暴寸啊，他們有一些活動黃了，他就以為我是毒他那些，我都沒有毒他們出來。之後他就不跟我說他們的行動了。

00:59:28 Speaker 2
就沒有了這班朋友。硬性地，很硬性地無端端，在硬斑斑沒有了這班選友。然後呢真的認識了一班大陸仔。接著就沒什麼搞，就打籃球和大陸仔。那就變成了，我成績就好像要殺掉他。人家高三，我想殺掉他。那我殺不掉他我也有一定的成長。所以我最後為什麼成功了，是中三系的關鍵。所以呢，如果你想做好的話，將自己這個環境，去跳的。要變的。盡量，你不要因為。

01:00:00 Speaker 2
譬如現在MWT聚會在這裡或者MWT在討論這些東西。但我是MDC，我是新人。那我怎樣？我就走開。不是啊，我過去拿著耳朵聽聽。OK？我做總監之前呢，我是認識很多總監的。我做經理之前認識很多經理的。我問一下，喂，怎樣做的呢？怎樣升的呢？這樣會有什麼難處呢？我遇到什麼困難呢？當朋友了，我們就可以講一下這些東西。那去拿多一點正面的信息就不是互相抱怨，不是講是非。對。有些人說是非，我會慢慢隔離，我會跟他講兩句，然後走。

01:00:30 Speaker 2
我很少知道是非，Sugar Daddy，我都是最近聽他的。但原來發生了很久，還有很多不同的事情。我也不知道叫什麼名字，跟著說Sugar Daddy是誰，我真的不知道是誰。他的樣子我就知道是誰，他的樣子是誰我也不知道，Anchor一定知道的。一定知道，天蝕，這些盡量不要理他，因為影響到自己的思維。好的，不要浪費時間和沒有誠意的人周旋。

01:01:01 Speaker 2
Jersey說，NST Next，說不對的就別人，OK。這句我沒有夾，他說你肯推銷大單，就會有人買大單。我們叫人非人，有時候我一進來，就跟我的同學講一些保險，講一些理財應該怎麼做。學了什麼就說什麼。很有趣的，我第一個大陸客就是這樣回來的。我跟所有香港的客戶說，

01:01:34 Speaker 2
他問我最近做得怎麼樣，我說都OK，不過最近比較忙，因為很多國內人來買單。如果你有需要，有朋友來買單，你找我吧。因為下來買單一定要開戶口，開銀行的，我們有些渠道就會方便一點。我們做開這些，但我沒有做開，我們團隊做開而已。這句話說了很多的客戶。有一個就介紹給我，你是不是做開大陸客？我們經常做的，你介紹給我吧。那個客人就幫我爆一串北京客。

01:02:05 Speaker 2
當然我沒有他那麼能爆，他一個爆，一個人都爆到地底。我爆得不是很多，我是拿客人的皮毛而已，真心的，我現在比起他，我很差，我很差的，拿別人的，幫他做financial plan，別人有閒錢才跟他買一份保單。所以，但是人非人，你不說你不會有大陸網絡，你不說你不會有大單，你不說你不會請到人，所以要散一些東西，給一些支持你的人聽了先，練熟口也好，

01:02:37 Speaker 2
好了，真是最後了，即是努力無悔，努力無錯，你見到他人的想法思維是不是很笨，你有他一半就可以了，不用你真的那麼勤力，即是你的頻率，原來我的頻率，我可能一個星期一天見三個客人，我夠時間收的了，可以收工了，好了，他現在開始帶團隊了，他現在開始帶團隊，那他這裡有沒有什麼想說，說一下你能不能放也行的，

01:03:14 Speaker 2
說是這樣說而已，但是你們實際有沒有遇到什麼問題，想可以分享一下，平時有沒有遇到什麼問題？剛剛那一部分是一個很強的心態的東西我想大家想一個問題我們有一句說話叫做沒有奇跡，只有累積。

01:03:45 Speaker 2
這裡有沒有人沒有開過單？他開始要開第二張單，全部都開過一張單以上，很簡單，如果你懂得開一張單我將這一張單重複重複累積累積，一定能達到某個高度或者可以成功假設M-T是一個成功的指標如果我繼續做是不是一定有一年是M-T？對嗎？很簡單。

01:04:16 Speaker 2
我現在懂得做第一張單第二張單我懂得做了我只要照板轉換繼續，繼續，繼續就可以M-T了，有一年。但是有人是不行的，為什麼呢？現在很簡單，大家知道累積，不停地儲，我就成功了。但是為什麼都會有人在中途放棄，或者最後做不到呢？你們跳出來做一個經理的角度，或者總監的角度去看這個人。

01:04:50 Speaker 2
看自己看不到的，看人。為什麼呢？禮儀，禮儀是不是MWT？上年，前年，有沒有做過MWT？OK，為什麼呢？累積不夠多？你應該差不多，在我眼中應該是MWT。你應該要MWT，這麼好笑容，是不是？是不是掛著按電話？掛著按電話有機會影響到一點點數。我們成功的原因很多，

01:05:22 Speaker 2
我們知道失敗的原因， 我們可以避開它。我現在聽過Peter說， 聽過阿彪哥說，他說累積幾千個客戶搞定， 我們不需要幾千個，百多個客戶， 你已經可以一輩子MDLT， 百多個。但是你說， 為什麼有些人累積一下， 累積一下會累積不到呢？為什麼？覺得舊， 覺得舊， 就是那個收入舊了，可能我去不到， 目標降低了， 但是他也達到他的目標的意思，

01:05:53 Speaker 2
Jersey你覺得為什麼？沒有， 累積持續不到， 累積不夠， 為什麼呢？我們可以退番， 大家有沒有同樣的難題？我也覺得要儲存一下，不知道被什麼影響了，通常是什麼事。

01:06:22 Speaker 1
不如說兩下，Distract了。

01:06:29 Speaker 2
不如說兩下，Distract了，OK。首先，第一就是我問為什麼不行的原因，如果你想不到，那你成功機率很強，OK？我以前很囂張的，在臺上，老實說，我已經想不到怎樣可以掉下來的原因了，除非一夜之間，我區域的所有人，連你們一次過提出辭役信而已。不然的話，我這一輩子應該也沒事的。我想不到有什麼原因，是會有問題的。

01:07:01 Speaker 2
你會說，那些客人已經用AI化了，那你的舊客會斷單嗎？因為用AI，所以要斷單，要自己上去買煲泰嗎？不會的，你做的舊客永遠都是你的舊客，我們已經累積了基礎，我想不到原因是最好的，但如果想到原因，通常是什麼呢？我們已知結果是這樣，但為什麼有些人會中途放棄呢？就是因為你跟自己做一個期望控制是做得弱，我們藝行者從2015年開始玩，玩到。

01:07:31 Speaker 2
今時今日，沒有一隊是放棄的，為什麼呢？因為有一個人，因為可以換人，那個就是鬼，不要計算那個人，那個人明明走得走得就說要退出，你起碼攤平了才退出，有沒有搞錯？是因為什麼呢？為什麼有些人第一次玩都很堅持？我試過，我們自己那邊有一隊，就是我和三個女生，

01:08:03 Speaker 2
本身是打算四個女生的，那一隊是一個月籌隊的，就是說我今天，喂，我們去玩藝術，她剛剛新入，她不知道什麼是藝術，讓我摸一下，她說好啊，是不是？那我就摸四個女生，我摸四個女生，摸完四個女生，她說好啊，玩一下，

試一下，她很喜歡試東西的，是不是？我就試一下，是不是？那一個月後就是了，是不是？但是呢，有一個女生不爭性，哎呀，我那天撞了婚禮，約了不知道誰，凱莉啊，撞了，那怎麼辦？那我拘捕她三個，

01:08:35 Speaker 2
那我就要下馬了，是不是？我就要一起下去，一起玩。一個月，沒有練過的，就是練過一個月，然後哎呀，成功機率大不大？是極小的。但是為什麼成功呢。

01:08:47 Speaker 5
因為有你。

01:08:48 Speaker 2
因為有我。我很關鍵，為什麼？我做了些什麼呢？我有工作的嘛，不是靠樣子的嘛，不是玩你們那些牙膠象派啊。我是調整好他們的心態，他們的期望控制。你過了這兩座山，你每走三個小時停一停，每走三個小時停一停，走十次就到的了。OK，那你現在頭幾段是比較辛苦一點。你現在這裡上斜，上三十分鐘左右，他就不會再叫你上斜了，然後下幾多分鐘左右。

01:09:20 Speaker 2
那你捱，你就懂得捱了。你捱三十分鐘，當然你捱三十分鐘還沒到呢。但是如果你捱，我告訴你三十分鐘，你捱，捱到二十五已經到，你會覺得什麼？那也OK的，也有成就感，成功感，他會繼續走前。我們要給自己expectation control，如果我要不斷累積，不斷累積，不斷見客，你會遇到甚麼？rejection，會遇到他冷暴力，不理你，不福利，很多各長各弱，這個是expectation control，但是老實說，事實又未必去到這麼worse的，

01:09:52 Speaker 2
通常很多時候就是在走之前有這樣的想法，你就卻步，但是你嘗試走出去，我以前第一個電話打給朋友，我聽了很多，我也是好像你們這樣的，是要聽很多東西才夠膽的，以前的年輕人，那麼，練很多技巧才出街，那麼我就聽完那些course，搞了幾個月，開始打給他warm call，問他有沒有買保險，那你知不知道，打給他問他有沒有買保險，有一句一定不可以說的是甚麼？你有沒有興趣去買保險？

01:10:25 Speaker 2
可不可以說？不可以的，是不是？他說沒有興趣買保險，混蛋，是不是？對嗎？那我一打電話給Mike，喂，Mike，我是Peter，你知道我做AIA嗎？我第一句就說，你有沒有興趣買保險？我，混蛋，這個阿Sir叫我不要說，我剛剛說錯了Mike說什麼？有有喔。真的還是假的？真的，我剛剛也打算出去工作這樣就搞定了，第一點，很輕鬆原來這個世界沒有你想得那麼恐怖的。

01:10:57 Speaker 2
沒有你想得那麼恐怖的你只要那件事說得流暢技巧不再重要，真誠一點，就是說，沒關係的你可以先聽了，因為我剛剛新做我是想，就是剛剛新做，我需要

客戶，介紹客戶所以你如果有些服務的東西要跟進的，你儘管找我，不收錢但是你覺得我是好的，你幫我介紹出去因為現在我的階段是儲客戶的，所以你覺得好，好像被你強迫禁沒人跟，保險沒人跟，那些你全部彈給我。有些最累最難的東西我們幫你搞，我不懂找人幫你搞。

01:11:27 Speaker 2
那我現在的概念是什麼？就是儲客戶。那我今年目標是儲50個，差15個。所以Mike你要幫我做什麼？這樣去做。這些 script 你要量得很熟。這些就是太技術的東西，你自己可以再去問。但是你起碼有個 action 先，試了第一步，撞板，然後再轉。不要嚇撞板。因為有些是這樣的。有些是很 cheerful 的例子，有些是不 cheerful 的。

01:11:57 Speaker 2
就是一去到，他問一群人，是朋友來的。這傢伙問我什麼？Peter 你現在做什麼？我現在在 AI 裡做。進了 AI 裡做。然後這傢伙說什麼？你不要 sell 我啊。不關我跟他說什麼。詐我是不是？他連續講了兩次，兩個meeting講兩次。第一次他講，他講，就是這樣講，我有點生氣的。

01:12:29 Speaker 2
我說，Sell，你幹什麼？你很聰明，有錢嗎？Sell，你幹什麼？吊出去吧。但是很friend，吊完沒事的。第二次面前，他又講，你不要Sell我，我買光了。阿Mai，我不Sell，你Sell誰？我和你最friend，我又沒有friend。你這樣都不支持，搞什麼？那你是什麼？最後成為我的客人。就是說，關係不會爛的。除非你很爛，就像我這樣表情，有機會的。

01:12:59 Speaker 2
但正常來說，沒有的。我講現在日常怎麼做，你說買光就買光。我等待一個機會，然後鋪頭，一個頻率。一次，兩次，三次。他不怕我了。因為我做保險，你會怕我。但是我第二次，第三次，第四次，他不怕我了，不怕我就開始問，其實這些保險是怎麼賣的，什麼自然醫保，什麼退稅，他就會問東西，然後就去簽，所以其實是講一個頻率，我很買的，還有是你要講開口，但是你開口不好，沒有練過就出去，跟別人練一下，好了，講回SOP，這個呢，我想跟大家分享一下，剛剛那部分就是心態上面的東西，首先你expectation control，成功是必然的，但是中間可能有些波折的，

01:13:44 Speaker 2
那隻要你daily做得對，你就weekly會對，weekly會對的話，monthly就對，你monthly會對，你整年都會對，那什麼叫對，我daily要做什麼，最對的，我只要，你現在只有兩個小時，如果兩三個小時，你最對的是做什麼，約客啊，Lisa果然是MWT啊，OK，什麼都可以不做，訓練都可以不聽，

01:14:15 Speaker 2
屎都可以不搔，但一定要有兩個小時的power hour，即是你有兩個小時的坐在那裡愚蠢愚弱客，那約多少客，如果兩個小時約多少個客好啊？Ken？當然要

越多越好啊。約多少個先，你不要耍人啊，剛剛新人進來，怎樣越多越好啊？約多少個客，一天。一兩個小時啊？兩個小時。成功要約？約多十個啊。十個啊，你已經沒有人性的老闆了，不許學啊，這裡有人跟他啊。

01:14:47 Speaker 1
你沒有去問他，你逐個逐個問，你都可以寫到百多個啊。

01:14:53 Speaker 2
沒有人性的老闆，我們很簡單，你約了三個來收工，約了三個人來收工，OK？沒有人性。他只是想你早點成才而已。想你早點成才而已，OK？是對的，如果像Kobe這些爆炸型球員就是兩個小時約十個，你就不要想著天天約兩個小時你一個星期可能只有一天是就是那天想不相信男人而已那天不相信男人的時候你就約十個那其他時候你預計自己會相信的，總會相信的，有不相信有相信的。

01:15:24 Speaker 2
那你不相信的時候就約十個，好像Ken那個玩法是對的爆炸性，那如果你說我最簡單的我要收工的，我一天約三個，那些appointment是power hour其他都去不了，我一定有這樣的時間去捉住這個約客，不要有人阻礙我的時間，Peter，我現在好像新同事我沒有，新同事會不會沒有prospect，有機會沒有的，舊同事會不會沒有prospect，你知不知道，新同事會說舊同事什麼，你們做了這麼久，大不孝了。

01:15:56 Speaker 2
舊同事怎麼說新同事的。這就是為何有錢人是小燕麻痺的概念，永遠都是你，你一定是好一點的，所以你看回自己其實，你如果，即是說一個新人，基本的warm call，如果你人品沒有太衰的話，正常二十多三十萬warm call，warm call怎樣都有的，年輕畢業，但如果你說，真的很衰，那怎麼辦呢？我殺人放火，金腰帶，日日不交功課，又偷人什麼的，什麼都搞，那這些人可以怎樣做？

01:16:35 Speaker 2
你很明白自己專門做call call，這樣就講時間的了，我落world show落幾多個鐘頭，我打電話打幾多個鐘頭，我上網不停check人，check幾多個鐘頭，這些就全部可以計算，所以，這個就是要針對，我們要微調就是，剛剛很宏觀，微觀來說，我先控制好我這一天，而這一天呢，不要太辛苦，太辛苦你是不會持久的，除非你是Kobe那種爆炸性，因為他一定不會持久的話，你就讓他辛苦一兩天，好像我下去做gym也是的，有人跟我做過gym嗎，我做了這麼多東西的，我一直做爆他，有多重做多重，做了所有機，因為我一年下兩次左右，

01:17:22 Speaker 2
所以你盡量在那一刻做爆他，然後就不做，做不到，所以你是什麼pattern你要自己，基本上你看到都挺大隻的，起碼肚腩沒有龍哥那麼大，那一年下兩次你以為小事嗎，真的OK，都是沒有Jeff那麼必要，所以你要知道自己什麼脾性，然後去控制自己，管理自己是對的，好了，回過頭來，吹那麼多水， 每天的活

動量是非常重要的。約客的 script 你要量度一次， 然後有個 name list， 然後 call 幾件就可以。

01:17:54 Speaker 2
如果我用 message， 我不是打電話的， 都可以的， 都 work 的。但是， 麻煩要檢視一下， 尤其是什麼？你自己做完， 打電話， 有個 script 這樣， 最好和你的 friend， 或者你的 partner， 如果大家同樣的目標， 或者 buddy，看看我的 script 有沒有錯， 被人塞一下。因為呢， 客人是沒有做 training 去 reject 你的。理論上， Reject 不到你的。對嗎？ 我要約他出來而已， 為什麼我約他不到？對嗎？ 我不是要在電話裡 sell 他， 我在電話裡約你出來而已。

01:18:27 Speaker 2
你專注去搞好這個 script， 然後就有個名單， 然後就好像一部機器那樣， 每天做幾個小時， 收檔， 幾個小時， 收檔。如果你有一點點責任心的， 學多一點點東西， 幫客人提供多一點 solution。獨孤一美一個產品，你出入，全Q部推基金，全Q部推人壽，全Q都可以的，我以前有個同事，真的不學習的，我們賣的不知道什麼，賣的最新那一代的藝術，他就賣了前幾代，多重藝術，有些好一些，有些便宜一些的，他想買貴一些的，很棒的，他簡直是很瘋狂的，那些銷售技巧很高，那些人真的很厲害，好了，我們玩正路吧，好嗎？

01:19:09 Speaker 2
好，SOP，什麼叫SOP？剛剛說過了，Standard Operation Procedure，這個字不是我一進來有的，是我請了少平，少平以前做餐飲的，他就有個SOP，就是說我是有個做一盤菜出來，或者有一個公司的營運有個SOP的，什麼叫SOP？你這間公司什麼叫SOP？每天早上十點鐘，我就會起床，不是，十點鐘要回來，十點鐘我就在店舖開燈，

01:19:39 Speaker 2
然後走到這裡，打開櫃檯，然後最後走，鎖門，收拾收拾。我有一個SOP的，你有沒有呢？你有的，你會相對上收入穩定一點的，你沒有的，就三間狂，五間苦的。那SOP我先針對一樣東西，就是我們說下去，我不說那個。

01:20:01 Speaker 3
喂，說會嗎？是不是什麼？試試看。就這樣，走了。

01:20:14 Speaker 2
我先說一下，如何由一個不是客戶變成一個客戶呢？我們首先是第一次見面，第二次見面，中間有些驗證的coaching，我們主要的分別是這樣的，這些是AI幫我寫出來的，但我們最主要就是，我的流程是怎樣？用一個方法，用什麼方法都可以，網上都可以，Rose都可以，拿到名單了，我認識這個人，如果你沒有做過保險的，你那些客人所有都是叫名單，首先第一步就是將名單變成什麼？

01:20:48 Speaker 2
將名單，做一個appoach的動作，約他出來，那就有第一個meeting了，約不到

的那些呢？放到名單上，像阿彪哥一樣，第一次約你不行，第二次約你，用三年才能約到人。無所謂，就放三年。最主要你這個名單要夠多。我沒有朋友的，就開始現在儲你的名單。有一千位名單的話，基本上不用愁了，不會窮了。好了，那一千個名單要怎麼拿？你拿一次vote show可以拿到多少個名？

01:21:22 Speaker 2
大家有沒有拿過vote show？拿到多少個名？有多少？例如拿到多少個？Coby有沒有拿過？拿到多少個？十個吧，十個難不難？即是站八個小時，要不要做足八個小時？沒有那麼久。你們會一直站，一直去旁邊的美食展。通常都是這樣。或者吃個漢堡包，吃個雞腿。那你一天，可能我收拾去，十個吧。

01:21:53 Speaker 2
如果我要一千個，你要做幾天？100天，100天要做多少年？原來你一年內就有權不用再為錢煩惱。你要簽過這些名單你轉化率只有幾個巴仙，都OK的，所以這個是你要去想究竟我有沒有終點的呢？這個行業，你要幫自己去想，你今天做這麼多walls to talk是做名單，跟著我要keep warm。

01:22:24 Speaker 2
然後有空就約他出來，這是一個流程約他去見面，第一次會說什麼第二次見面，這裡已經closing了我們說第一次meeting，第一次做什麼？時間關係我先告訴你。這是我自己的，或者是綜合大家的你可以看一看，第一次見面，我見是co-friend也好，

01:22:54 Speaker 2
我們會自我介紹，瞭解客戶，教育，口頭方案，總結。什麼是自我介紹？要介紹什麼才對？我是Jackie，這樣介紹了，還是什麼？我是家俊，我的興趣是…靠雷。可以和你跳舞，還有沒有其他呢？還有什麼介紹？告訴我，例如你會介紹什麼？第一次見面你會說什麼？

01:23:24 Speaker 2
介紹什麼最重要？業務範圍。業務範圍很重要，Coby真的懂一些東西，是不是？原來第一次介紹業務，還有什麼要介紹的？介紹的目的是什麼？讓他…信任你。信任你，是不是？那怎麼讓你信任你？認識多一點你也對，有什麼可以幫你也對，就是業務範圍，信任。怎麼提高信任，我要介紹什麼？自己啦，我是羅家俊啦羅家俊嘛，不是羅啊，羅，不好意思，我介紹我自己啦，OK做些什麼令到他更加有信心？

01:23:56 Speaker 2
介紹公司啦對，介紹公司，做些什麼。

01:24:01 Speaker 5
自己的背景。

01:24:03 Speaker 2
你幻想代入去，你是一個客人第一次見到這傢伙他介紹些什麼會令到你安心些

呢？發展的目標，好，解釋啦現在你進到一個地方你可能想買東西也好想買一些服務也好想做什麼也好，進到一間店怎樣令到你那個，你會害怕，戰戰鬥鬥可能第一次進這間店。

01:24:35 Speaker 2
我不知道去什麼店你戰戰兢兢。你進去了。你害怕什麼？他要說什麼你不害怕？我們這裡幾百年歷史了，不知道怎樣怎樣，你會不會不害怕？好一點吧，信仰好一點。很多人都錯過了，就是要說那個流程的，就是以下下來會做些什麼，你放心吧，陳先生。以下下來呢，我們會跟你瞭解清楚先，

01:25:06 Speaker 2
然後我們這樣，我們才會再劃你的，OK？所以你放心。醫生就是這樣的，去哪裡去醫生，診所看醫生就是這樣，戰戰兢兢，醫生跟你說，醫藥很好，救了很多人，然後沒有人死，他怎麼不講價錢呢？你要講那個流程的。所以這兩個說流程，流程是怎樣的？我介紹客人給我，我打給新朋友，我跟他說，這樣吧，大家在電話裡瞭解了甚麼一般來說，我們的流程會有兩至三次見面。

01:25:38 Speaker 2
第一次通常是，他叫我send proposal給他，我就打給他第一次通常是瞭解一下你，你也瞭解一下產品，我給你一些個案看看，互相瞭解了，我第二次才會正式出一個proposal是適合你的如果你覺得ok，沒問題，你就去簽如果你覺得有問題的，我們會有第三次會改給你的我們總共有三次見面那他第一次會不會害怕？他第一次不會害怕的他不會害怕，就著就著去，因為第一次一定拔銀包我第一次只是和你吹噓而已他不用拔銀包的，他會覺得ok，就先看你瞭解甚麼，第二次呢，他有expectation要簽東西。

01:26:11 Speaker 2
他玩你的話，一早就彈你了就不會和你拖四五次，都沒有動作和你玩，所以你要介紹甚麼？流程，工作範圍，自我介紹當然要，即是有幾巴幣幾成，那通常介紹些甚麼去有，剛剛講公司都對的，但你要介紹公司甚麼呢？關懷事。關懷事的事，例如有些甚麼是，如果介紹公司關懷事，怎樣說？一個點，公司很多東西講，我們講一個點，你會講甚麼呢？

01:26:43 Speaker 2
我們公司是怎樣？對客人好一點的，是嗎？KMH是怎樣？高一點，即是買到都賠，是嗎？不是，你很不老禮，兄弟你。奉你實現。我們KMH高，你買到就中硬，是嗎？奉你實現。那如果是，即是我們會講甚麼呢？任你講的都可以，即是現在沒有standard answer，但有時我會講，我們是最多客人的辦公室，我們的客戶最多，所以我們的客戶最大，所以商業上成本會低一點，

01:27:15 Speaker 2
你會見到，所以為甚麼呢？我們醫療有那麼多東西送。我們有事賠錢，沒有事賠錢，是有些東西送回來給你。你其他公司沒有事就很好，當消費。但是在我們公司有事就賠錢，沒有事就拿回來。起碼一年，如果你跟著去拿，拿到幾千

元。就是幾千元的禮品。那你的醫療多少錢？都是幾千元而已。所以其實在全港來講，我們性價比你最高。看不看得到年紀，一定是。人人都這樣說，醫療會說，因為公司，這個實際的，你Google自己搜尋，AIA是不是最多的客人，你就知道了。

01:27:47 Speaker 2
有些東西談不成的，騙不成的，用AIA幫他解決，直接搜尋給他看看就知道了。AIA就有這樣的優勢。因為我們不是做小品牌，我們是大品牌。然後他說你AXA第一什麼第一，你就搜尋一下。AIA是否比永榮弱在香港，那你就給他看看。是否永榮是最好，給他看看。看完之後，他就說了。他就明白了，原來是這樣。你要利用一下這些AIA的工具。有時候他不相信你，你就相信他。

01:28:22 Speaker 2
自己遷就，自己處理。但是我不用遷就，AI也有很多很硬實力，沒得催促的。這個，瞭解客戶，FAT FILE。FAT FILE是什麼？就是問問題的技巧，問問問。瞭解完之後，就針對他的東西。我不知道大家是否正確。針對他的東西，瞭解了你的需要，知道你的東西。然後我就針對他教育。例如現在的人怎樣買保險的呢？例如現在的人怎樣做退休批發的呢？我就教育或者分享一些案例，怎樣令到你這筆錢更加有效呢？

01:28:53 Speaker 2
原來我將錢儲給小朋友好，還是將錢拿保單包著儲給客戶好呢？現在很多人就會這樣，因為我知道你有信託的需要。然後有一些保單在，之前沒做過的保險。好了，問問題，問什麼問題最關鍵呢？有沒有一些問題是必須要問的問題？在AV meeting中。我每一次下去一定問這一個問題的，有沒有這些問題？本身有沒有買？本身有沒有買什麼？保險保險，OK，這個是一定問的啦，OK這個是問什麼？

01:29:24 Speaker 2
他的保險或者理財的經驗OK，這個是good question來的好，還有沒有？有沒有用過那些保險有沒有用過那些保險，你想問什麼出來？如果我說沒有用過的話，你會怎麼說。

01:29:38 Speaker 6
問一下有沒有試過，曾經有沒有進過醫院啊沒有沒有沒有，很健康的那也不錯啊那你想進什麼醫院？看看他有沒有一些醫術歷史的東西。

01:29:53 Speaker 2
都說沒有，我身體這麼健康的都說我都沒有我現在想問你，你想進什麼醫院？你問我問題之後，你想做什麼。

01:30:02 Speaker 4
進醫療。

01:30:03 Speaker 2
來來來，你怎麼進我？我沒有啊，沒有看過啊，我好健康啊我又沒有，沒有人患上癌症，全部都很健康的。好了，到你了。你問到了，問到了，我很健康。

01:30:19 Speaker 6
這樣也很好啊，因為你長大了，不過…你快要死了。你也知道，因為你現在還很年輕。遲到了，遲到了。

01:30:31 Speaker 2
開始來了，開始想咒我了。我知道你是什麼了，OK？製造恐懼。想恐懼我了，OK？其實問題是沒有錯的，但是你要知道每一個問題，你想引去哪裡。例如，現在我想跟你說，你有沒有用過保險？我也會問的。你有沒有用過？可能你第一個問題問他有沒有買保險？OK，希望你買了，買了一份醫療責任。那你有沒有用過負擔？他說沒有啊，那怎麼辦？那你就有個…那你就有個權利…因為你有權利去看看，醫療保險通常是消費型的，

01:31:05 Speaker 2
因為你買了很久，你有權利去看看Shop Around有沒有更便宜更好的選擇。例如我們公司很有特色的，就是有次……等等，我可以怎樣。

01:31:21 Speaker 3
怎麼了？還沒有，還沒有，還沒有。拜拜，拜拜。

01:31:28 Speaker 2
電訊營科，我太太，電訊營科當然認識了她，我太太。她問，我就會說什麼？就回到剛剛那一段了。就是說，我們公司的醫療特色是怎樣呢？就像我們公司的醫療特色，就是有事賠錢，沒有事是會有好處的。然後就說。但是老實說，要看你有沒有Hit Tree。但是當然，你真的做決定的時候，比較兩邊，你覺得有好處才轉。這個不急的，我們回到今天的正題，這樣就可以了。就是可以跳來跳去，你自己要有個……

01:31:59 Speaker 2
有一個叫做什麼，你不要一味問，有時候這個位置最怕你一味問。審判問，你都不知道自己想問什麼，你就不停地問。他又回答得很好，又回答你的，你又繼續問。我們記住一加一就可以了。問一個，追問一個，然後你要說什麼。什麼意思？我想問，假設Win，不好意思。你當你還沒進來做保險。怎麼樣？我就問你，Win，我見面，我是Peter，AI很厲害，你知道。

01:32:33 Speaker 2
這些都說完了。接著，Win，你一個月賺多少錢？你會不會看見他回答，很辛苦。那回答什麼好呢？所以你問這些問題之前，你要加一些東西。其實我是會幫你看你的保險，看看有沒有買多買少，因為你買保險已經是五年前，十年前了，我們首先第一步會幫你做的就是幫你檢視一下現在的東西是否合適，有沒有地方可以省錢，

01:33:05 Speaker 2
有沒有地方可以同一個錢加強，去幫你看這些，我們怎樣去定義你買夠還是買不夠呢？我們不是一味叫你買夠，我們最主要是買三次五年的收入，去令到發生什麼事情的時候，是有一個這樣的保障階段，我解釋了這件事，我想問Vinnie，你一個月大概賺多少錢？他就會講得真實一點，如果搖啊，他其實在想東西，你想問我做什麼？然後就這樣講假的，或者不講，你還問我做什麼？所以有時候我們以前MPFL是要簽個名的，

01:33:37 Speaker 2
不是，保單查詢不是要簽個名的，我跟客人一談完，我一開始就讓他簽，他會什麼？不簽，所以這個簽名我一定放在最後，但我會一開始說的，我會說，你不知道自己買什麼，不要緊，我待會幫你簽一份form，然後你可以check回所有東西的。我這句說話是在第三分鐘的時候說，我不會立刻給他簽的，我會怎樣？對，落到最後，臨收工了。順便這裡，剛剛說過，跟你去查一些名，

01:34:09 Speaker 2
他就會簽得好一點的，因為我中間過了，所以你要懂得擺位，不要無緣無故製造一些rejection，因為這些是natural rejection來的，就是我問你什麼都沒有說過，就問你賺多少錢，你一定reject。OK，好了，還有什麼問題是必問的，剛剛都是good question，還有沒有一些必問的，一坐下來做call call也好，必問的，這句醒大家了。一坐下來，第一句一定要問的就是，介紹完你自己就問。

01:34:41 Speaker 2
Maya，我們正式開始之前我想問一下，今天你有沒有什麼特別的事情想了解或想知道？一定要問不要自己想著表演整個事情因為你會拿到一些特別的東西她會說，其實我的保險我都捉了，齊了不過我想幫我女兒看看那些保險，OK，那你懂了，就有這樣的好奇有這樣的出奇蛋出來，一開始就要做就問她，其實這次出來，你有沒有什麼特別想我們幫你。

01:35:11 Speaker 2
或者你想知道的東西，因為不會有人這麼忘居，只是想出來浪費時間她肯定出來有她的原因，但她沒有告訴你免得告訴你，你推銷我你就直接，直白一點，我現在做服務你有沒有什麼特別想知道，那我可以告訴你，或者怎樣怎樣這是第一個問題，還有沒有一個問題是good question，這個也要提醒大家，到你進入退休規劃之前，你要問他，跟他跟完強積金，你會問一句什麼？例如，我想問一下，除了強積金之外，你還有沒有做其他退休規劃的事情？有沒有？

01:35:45 Speaker 2
這裡在座的有沒有？除了強積金之外，有沒有做一些退休規劃的？沒有的請舉手，全部都有？你做了什麼退休規劃？四成。四成那些是想退休的。

01:36:04 Speaker 3
虧一點點。

01:36:05 Speaker 2
虧一點點。

01:36:07 Speaker 3
虧一點點。

01:36:07 Speaker 2
這樣就好了。Mike，你有沒有規劃？退休規劃？你的規劃是真的還是假的？你們要做退休規劃？真的還是假的？有做退休規劃的嗎？沒有做，舉手。沒有做就對了。正常十個客人，九個都沒有做的嘛。但是你不用，我現在上完課，我當然要質疑你，有沒有？你要回答我有沒有？你對客人，你不要這樣對他。你有沒有？你不是沒有吧？你不要這樣對他。我們會這樣做的。除了退休規劃，你看他眉頭眼睛，就OK的。我會這樣說的。我知道他，但是他有沒有的嘛。譬如，除了拳擊金，

01:36:39 Speaker 2
我想問，除了拳擊金之後，你有沒有做這些退休規劃？其他的退休規劃？有沒有做其他退休規劃？他可能會微微搖頭，或者是這樣的，OK？就是這樣的，他會突然間，我會這樣說，他會微微搖頭，我會怎樣說呢？除了強積金之外，還有沒有做其他退休相關的規劃？之前有沒有做過？不要緊，因為年輕人，我會自問自答的，

01:37:10 Speaker 2
不會令他尷尬的，千萬不要令客人尷尬的，一尷尬，你說得對，他會跟別人說，所以不要讓他尷尬，如果有規劃，OK的，那我也可以，說完這些，我想說什麼呢？其實有些東西是很適合你的，我待會可以給你們看，那些是很靈活的支持強積金，因為強積金一定是不夠用的，但有些是支持強積金的，一個做法，一比一，譬如你供兩千元強積金，有些人就會供一千元，即是供兩千，供兩千，

01:37:41 Speaker 2
因為強積金是一個波動性的，即是一些基金投資，或者是一些股票相關的東西，會有up and down，up and down，說一點概念，這些是拋書包的時間，你到時候可以說一點點，那些人最喜歡一加一加下去，令到它穩定一點，譬如你買股票會不會輸，有沒有辦法買股票不輸的呢，有沒有辦法買股票不輸，不放，這個懂得玩，我買著不放，我有沒有輸，

01:38:14 Speaker 2
暫時還沒輸，就是還沒輸，輸就輸就贏就贏，我還沒輸，就是還沒輸的嘛。有機會會升的嘛。有機會會升的嘛，是嗎。

01:38:23 Speaker 4
其實是想回吐而已。

01:38:25 Speaker 2
我還沒輸，還沒輸，真的還沒輸的，真心還沒輸，因為我們買的東西是週期性的嘛，他馬上不會輸的，不輸的，是嗎？那什麼時候會輸呢？6的時候。

01:38:36 Speaker 5
6，退一步下。

01:38:37 Speaker 2
在你需要而不情願的時間拿就輸了，所以我們通常就會一加一，有一些穩定的錢，當我需要等的時間，我有空間，有時間等。如果不是你要用的時候，你沒有空間，沒有時間，你局輸，很多人就被人夾爆了，就是如果你做借錢，就會被人夾了。所以我們有什麼買是最好的，或者風險怎樣，因為在這個世界這麼高風險的時間，什麼都會發生的時候，我們怎樣投資最好，投資什麼最好？是投資越多東西越好，或者什麼都買一些是最好的，你應該分散風險的，

01:39:07 Speaker 2
理論上是這樣的，強積金加多一個穩定，但它又不需要像強積金那樣要存30年，它就是10年一個甲蠻，10年一個甲蠻，當然你預算多一些就可以5年一個甲蠻都可以，最重要要存起來是你自己舒舒服服，講這些存錢理論，然後可以轉頭，就開始，但不會下來這裡，剛剛我在這一部分，問完就直接下來，所以這件事是很穩定的，然後，這樣這樣，

01:39:39 Speaker 2
可能再下來這樣，這樣這樣跳來跳去，在這個位置，我想問，剛剛那兩個問題醒了大家，教育大家就針對你自己想教他些什麼，稍後會講一點，給你們一個天書，然後口頭的方案，口頭方案是什麼，PREM的BUDGET，大概你買保險，2000多元左右，不會超過3000元，然後怎樣怎樣怎樣，看他的反應，看你未投額，會不會太貴，太便宜或者怎樣，要講BUDGET的，有很多時候是怎樣，

01:40:11 Speaker 2
他講到慶合合，你說什麼，我回家做個PROPOSAL給你再搞，我曾經有個同事是這樣的，做招靈而已，接著他做一個考試，接著他就問客人，你想醫療供團還是供不團，客人說供團。

01:40:29 Speaker 3
你想供團還是供不團，供團，OK，供團供團。

01:40:35 Speaker 2
我回去做個集合書給你，好嗎，好啊，OK，他出什麼PROPOSAL呢，他出了一個月8000多元，這個客人在賺15000元，接著他說，他不知為何，客人明明說要的。為何你彈我鐘？你明不明白道理在哪？你要控制客人，不是客人都讓你選擇的。Angus，你幫小朋友儲錢，你的預算是多少？兩千元一個月。我知道他大約兩千元左右。

01:41:05 Speaker 2
你想想在美國讀書，美國的教育很好。我幫他標準，標美國。最後我給中國。他整張單是不買的。所以你不要亂標。誰不知錢越多越好嗎？三十萬沒用嗎？誰不知嗎？但沒辦法的時候，三十萬也很重要的。三十萬好，起碼也要二十多萬。你要維持客人。好了，不要理他了。最後總結，我想說什麼呢？通常，為什麼。

01:41:43 Speaker 3
其實我很……使用，是不是這個呢？應該是。Accept all，基本SOP。如果你要做PVT可以用這個APP，這個APP也不錯的。

01:42:17 Speaker 3
這個APP就給幾個文字去就可以打一些，但好像有些再漂亮一點的。

01:42:22 Speaker 2
但我就沒有再研究，用開這個OK我就保持著有用。但我有給一點點錢的，但不給錢都可以做幾個。

01:42:32 Speaker 6
十百。

01:42:34 Speaker 2
是不是？不給錢十百？十百。我給了錢的，但不太貴，一倍不知道多少錢。

01:42:40 Speaker 6
一千多塊一年。

01:42:42 Speaker 2
那不錯，一千多塊一年。

01:42:46 Speaker 3
好，來了。

01:42:48 Speaker 2
可以快了。這樣按很多了。通常卡在哪裡？剛剛的流程。如果你這樣走的話，有機會瞭解不到客人，因為客人也不知道你想怎樣，就像我剛剛和Win那個例子，我沒有講話給他聽，沒有教育他，沒有講話的環境，他拿不到這些資料，所以說，在這個位置，在介紹完之後，或者你要加一個教育，講了你要講的東西，或者講了你的環境，分享了一些東西，

01:43:20 Speaker 2
先再瞭解客人，不要每次問，要講完東西才問，這個是很關鍵的，因為通常這個，他怎樣黑口黑麵都好，你都可以介紹到你自己的，公司背景，我整個powerpoint，我可以這樣過的，無所謂的，你吹牙這樣，是吧？但是這個有問題的，因為你教育你要對症下藥的，你不瞭解怎麼對症，但是他不開口讓你瞭解你怎麼搞的，因為很多客人都是誤，誤，

01:44:13 Speaker 2
誤，誤，誤，誤，誤，

01:44:52 Speaker 2
這個重中之重，因為第二次meeting，我想說，那個第一次你要做什麼呢？重溫，然後做證明，證明就是proposal，數據那些東西，然後就開始try closing那我針對講一點點這裡，你們怎樣做證明的？你會做證明，做證明是什麼？證明我上一個meeting講的口頭方案我口頭方案講什麼？三千元一個月，然後我做了一個方案出來是兩千八的，容易一些closing如果我口頭講三千，然後做出來是五千，那又怎麼樣？他要回家想想，如果我適合預算，適合需要，正常就當日簽署。

01:45:24 Speaker 2
所以你做一個proposal，你不要玩自己，再繞兩塊。你傻了，白痴。你一天就之前說大兩塊，你不要現在來繞兩塊。所以第一次就一定要什麼？那證明你要怎樣做？很簡單而已。你要拿齊材料，你要拿齊一個，譬如我每一個客人都會弄一個這樣的東西。就是在iBook裡面，就放了我今天要跟你說的東西。那我今天就打算推銷一個儲蓄。

01:45:56 Speaker 2
那推銷儲蓄之前呢，剛剛不是說教育有個位置想跟大家分享一本天書的？這本公司有的一個retirement天書。retirement，有沒有看的？有沒有用過？沒有，不要緊的，你見他這麼彩色，做得這麼好你可以跟客戶吹吹水，退休retirement plan 要怎麼做呢？首先第一版就說其實退休有很多個方法究竟怎樣才適合自己呢？其實我們會做一個，在我們公司我們有時會做一個叫做退休密碼。

01:46:29 Speaker 2
究竟你退休要怎樣規劃呢？每個人都不同每個人都有自己的style，所以我們公司有個test就讓你去測試一下自己的性格是怎樣，然後再去規劃你會好一點的那你就知道他針對什麼的，那他有多少款呢？他有這麼多款的，之後你回家可以自己做有貓頭鷹，水奶之類的，然後就深入討論這個問題假設是貓頭鷹的，你最後派錢出來就去讀書，水奶的，派錢出來就去學生的，去玩那你也要有他的支持，有什麼興趣？那你的script那些東西就會在那裡變，那不同就在那裡說。

01:47:01 Speaker 2
再來，我們有一些數據可以和陳先生分享一下。超過六成的人士希望從事現時的全職工作直到不能再做，為什麼呢？很瘋狂的香港人有六成是不想退休做到做不到為止，為什麼呢？因為以前老一輩很少做這些退休規劃，他們大部分拿錢去買樓的。真的有買到OK，如果沒有買的話就沒什麼了。這一版我會重點和大家講一下，退休規劃我們通常的客戶55歲加日，我們叫做累積期。

01:47:38 Speaker 2
但是現在比較著重銀髮族就是這個位置，65歲以上，我們是…因為人的壽命長了，65歲，要開始規劃一下你的資金，原因是因為你的通脹或者平均壽命，所以我們公司特別設計了某一些產品，去幫助這件事的。我希望你每一版去看看。我們退休要怎麼規劃的呢？我們主要三件方向的，第一個就是財富健康，這個很簡單，我做退休規劃。

01:48:09 Speaker 2
第二，我們退休的時候，退休的時候，我們要想財富健康，身體健康，心靈滿足。你有沒有朋友，或者你知不知道多不多人，die with zero，什麼叫die with zero？死的時候，剩下0元多不多？大部分都不是的，大部分都是die with many money，much money，不好意思，很多錢的，為什麼？老人家不花錢的，原因是怕不到，我的錢花1元就少1元，我當然不花，

01:48:39 Speaker 2
但是你的錢有被動收入呢？我每天洗臉那一層，我洗完不要緊，慢慢累積回來，我就不怕洗錢了。所以原來，你做一個這樣的計劃，是無論你錢多錢少，心靈上滿足，你會知道有渣拿，有錢回來，和你大把錢慢慢洗，那是不同的。這些講一些心靈的東西。這個可以講這些，還有什麼少的同樣的東西。大家研究一下這個depth。好，說回剛才的第二個meeting。

01:49:12 Speaker 2
這是教育的第二個meeting。第二個meeting，通常你會說proposal還是小冊子？小冊子的舉手，計劃書的舉手，還是沒有說過計劃書的小冊子？計劃書都不叫他講，直接叫他錢。我不知道，有些人，proposal編多少頁？編一頁，以免他看到其他頁。不要這樣，我們AIA不是小公司來的，沒有假的，光明正大陽光測試，你不要掩著偏個兩頁，很混帳我覺得，因為你知道為什麼Agent偏兩頁，不是想騙客戶，是甚麼？

01:49:53 Speaker 2
自己都不懂，Exactly，你問我這個字我不懂，當然不帶出來，所以你看清楚就可以帶出去，首先我一定會講這個，首先講這個，我會在這板上，首先陳先生，我先跟你講我這個產品的計劃，features和特色，之後我會跟你講一些錢的，我會跟你講，我會講甚麼，不會一味開波，之後我會跟你講錢，預算那些，首先這個計劃是設計出來是專為一些退休人士，

01:50:26 Speaker 2
做一些有些特性的，這個是我們現在這幾個月的黃牌產品，挺好賣的，這個產品有甚麼特色呢？有甚麼特色呢？這個產品，有什麼特色的產品。

01:50:45 Speaker 5
多元貨幣，可以刷單。

01:50:47 Speaker 2
可以報單分查。還有什麼特色？第一年美金。什麼叫特色。

01:51:04 Speaker 6
之前沒有的特色。

01:51:06 Speaker 2
我現在在推銷什麼。

01:51:08 Speaker 6
退休。

01:51:09 Speaker 2
退休相關的特色才是特色。有什麼退休相關的特色？要連同我的電影。靈活提取，這個產品是專門來，我剛才第一版說什麼，是專門來設計做退休，因為我看過了這篇文章，我當然懂得說，我這一版我講下一版的東西，它是針對做一些退休規劃的，是設計出來針對做一些退休規劃的，退休規劃我們通常專注三大項，第一當然是資產的增值，

01:51:40 Speaker 2
第二就是靈活度，因為我們退休很少一朝用完錢，或者放一套錢不用，一定要用錢的，所以我們會有一個資金靈活度關注，第三，傳承，如果用不完，我怎麼有效傳過去呢，本身是一件很美麗很好的事，會不會我傳了一筆錢出去，令到整個家族混亂呢，如果傳得不好，真的有這個機會的，所以我們這張單已經基本上做到這幾樣東西，第四就是關於一些像持久授權書那樣，可以搞一個叫做免費地做一個監管人，萬一真的這個客戶在一個神志精神上，未必可以是很，就是有什麼老人痴呆那些問題，

01:52:16 Speaker 2
那他就可以有一個監管人幫你去傳承，這張單其實是一個很全面的，當然它有不同的貨幣，第二年你可以轉換，它也可以刷單，你不用做什麼，這些你可以自己再因它的情況說不說，它沒有小朋友就不要刷單，除非你說刷單，你自己去想想想想想，你快點說吧，你硬吃，你快點說吧，沒關係的，最後幾個，說完這個，然後說什麼，說計劃書，計劃書又恐怖了，怎麼說，說哪一頁，有沒有人說計劃書的，怎麼說，說哪一頁，第一頁先，第一頁，說什麼，這份是為你而設的，OK，好，第二頁，說什麼，

01:53:16 Speaker 2
好，給大家選擇，派錢的還是一次過的。

01:53:19 Speaker 1
派錢。

01:53:20 Speaker 2
派錢先，好嗎？那我講派錢，因為我是sale去什麼？去有。去有嘛，是嗎？那我講派錢的。派錢會講哪幾項？我highlight就是這幾項。陳先生，你工作5年，這張單是這樣的，它派息是怎麼派的呢？它工作5年，總共我工作了15萬，然後就可以開始用了，第6年開始就派息，派6釐。現在我set 6釐，你可以6.5、7.

的，都可以的，但會影響到那裡。不要理它，就是你一直派息，但是本金會有增值的。假設你現在拿了10年9千元，

01:53:50 Speaker 2
拿了多少錢？9萬。9萬，OK。記住是10年10年一個單位，有些人會喜歡說什麼？譬如陳先生，你拿了13年的9千是多少？13年。計不到的了，立刻混不去。13年。很難計的了，你不要玩客人，不要玩你自己。就是你10年10年一個單位，你不要，不是不是的，13年就是剛剛去82歲，還是85歲，你不要搞這些。是這些，OK？很簡單，對嗎？拿了十年，陳先生，你拿了九萬元，是不是？拿了九萬元，之後你說，我不要這張單，你想拿整張單，

01:54:21 Speaker 2
你要拿回十五萬九，九萬加十五萬九，大概已經二十幾萬，你的本金就是二十五萬，不要說得我這麼快，慢一點點，因為我現在趕時間，說快一點點，OK？這裡一定是十年，第二就是這裡，十五萬九，然後，你本金是十萬，那好吧，假設你一直派錢，你說我不需要拿錢，我夠錢可以繼續下去，那你繼續派，派派派派派派派，那派到一個位置，八十五歲，你說我把這張單轉名，因為這張單派了八歲，我把這張單轉名，我在這個時間轉給我孫子的孫子，

01:54:52 Speaker 2
就從零歲開始。這張單本身是去到85歲，它就會變0歲，再派100年。所以這張單可以一直派，只要你不賣單就可以了。但這張單的價值會一直增長。這張單除了派錢之外，你說會不會可以，我這9000萬不要，你的增值會不會強一些，我這個息不拿，會怎樣呢？會繼續搵息的。那它的增值能力有多強呢？它增值的理論是這樣的，這裡我又畫了，它不像普通銀行的計劃這樣，

01:55:25 Speaker 2
即是說，一開始可能低利息一點，然後就高一點。那你說低利息有多低？其實也不算很低的。你可以看一下，你供完5年15萬，在第10年你不要呢？就是多少？19萬6，總共就已經是有31%的增長。平均每年3釐，比銀行高的了。我講了個數據是3釐，講了個information是比銀行高。不要只說3釐，3釐是什麼意思呢？給銀行告，有個Information，有個DataData Information，它就叫做低一點的3釐。

01:55:57 Speaker 2
但是當你過了10年之後，這張單是誇張的就會是翻成一倍的就是說在這個沒什麼風險的情況下這個就翻一倍，再過10年就翻一倍平均每一年都around 10%以上，所以當年你說到期時如果有很穩定的投資超過10釐的，你把這張單Rethrow出來再去買其他東西但是隻要你捱過這段就很好了，大家覺得這張單要等很久嗎？第二個Sell法，這個不適合的Sell法。

01:56:30 Speaker 2
賣悲觀樂觀我們都…不用看了，DIA是比較預期的很少悲觀樂觀，不過，這個是差一點的Sell法，我Sell一下給大家看，這張單就是。這張單一公三年，五

年，公完，然後他在第七年就回本了，在第七年他就回本了，你給他十五萬，你拿回十五萬，然後你見到，在十年後，他就變了三十二萬多，十五萬就會變了三十二萬多，那他就已經翻一倍了，所以回報率非常好，你聽完之後你覺得怎樣？為什麼不好？

01:57:13 Speaker 2
因為你頭七年是沒有回報的，然後我要八十二歲才得到那個果實，他在六十六歲，八十二歲，你耍我，不要耍我，但是我這個A長想說什麼？我是一個真誠的A長，我現在是不是不真誠，剛剛說的話，Peter你剛剛這樣說話不真誠，我要跟他說，一個正確的使用方法。

01:57:44 Speaker 2
如果客人跟你說，第七年我不要，第七年我要拿單走你怎樣？不應該推介這張單他第七年要走，你應該推介什麼？噁心一次性，就是不要玩東西，硬挖到適合他但你又不要玩他別人拿來做退休規劃，你為何要嚇他？搞個七年來託什麼？一天推銷延期現金又是講回本，很多人推銷延期現金是講什麼？回本期，回本來做什麼呢？

01:58:14 Speaker 2
如果你延期現金不是用來做退休規劃你搞什麼延期現金呢？不是，延期現金要退稅，拿回本期這些是隔離街鋪的推銷方法我們不是這樣的好了，說完這個，你覺得這個計劃還好嗎？通常客戶有什麼問題？在AIA就是專登一些人來買我們的非保證，為什麼呢？因為我們AIA特別的地方，我們有一個專責，一個公司，一個投資團隊去幫我們投資，因為理論是這樣，你過來給保費，那本公司就會拿一些錢去投資，

01:58:44 Speaker 2
投資得好就會拿來分紅。這兩個PPT你們有，這個你們自己做吧，這兩個你們要有的。我們香港的投資團隊，我們的投資團隊有多厲害呢？當然我們拿很多獎，你們自己說說吧，然後這些自己略略說說吧。我們這間公司有多厲害呢？我們是獨立一間公司，去管理我們的紅利。

01:59:15 Speaker 2
你看看強積金，為何我們三年五年的回報那麼高？就是因為這間公司幫我們管理的我們是全港最高回報的即是講講強積金如果你說紅利的穩定性，我們的AI也是最強的我們有一個二千八百幾億的群組然後有二百幾個專家，去幫我們管理紅利那他們，我們這個，這個資本的總和，叫做什麼？這個什麼？什麼比率？就是那個，什麼比率？

01:59:47 Speaker 2
正常開根，常負比率，正常開根的公司要850，現在我們是286，其實很穩定的，那你說我們投資理念是怎樣的呢？投資理念當然是長期，長期匯報那些，投資的東西是不同的，我們投資的規模，或者投資的總率是比其他公司高的，我們呢，譬如有四棟樓是我們的，在香港的租金收入，我們都會撥進來，是寶

燈的一個分行，其他公司抄不到，跟不到的，那好了，我們那個，這些就是我們細分我們投資的什麼，然後呢，我們的比率，長期匯報，

02:00:17 Speaker 2
那我們說這一堆東西來做什麼的？我們叫confuse，那個客人是不懂的，但是令到他覺得什麼？我們真的很認真去搞你的投資的，我們有些什麼公司有什麼要求，有什麼準則，歷史悠久。我們看回過往的記錄，我們很多的儲蓄產品都可以，100%，3年，5年，這些就是我們過往的表現。這些是summarize，你可以看回我們在保監局，其實都可以search到我們的實驗率，

02:00:47 Speaker 2
找到我們的實驗率，你看到我們這一隻已經不是第一次的產品，我們出了很多年，十幾二十年，第一代的有那些外模優，其實我們的fulfillment ratio都很高的，九十幾，九十幾，關於一些復歸紅利的產品，我們最低最低是多少呢？就是九十三。四個派93，然後100，105，99，103，106，都超過100了。現在近一點的，就像是上年的產品，就是100，OK？現在這一代就剛剛開始了，我們五年後就會給大家看了。

02:01:20 Speaker 2
它有什麼設計上的改變呢？最大的改變就是這裡了。它的股票類型的資產，由55至75變成0至80。什麼意思呢？就是說，如果我是設計55至75的，無論市面上現在有很多泡沫，那我要怎樣呢？我覺得有泡沫未來會大跌，你要怎樣？你無論如何都要持有55的股票，沒辦法，因為設定就一定是這樣，我最多持有穩陣的股票但這邊不是的，我可以幫你做一個。

02:01:53 Speaker 2
我可以立刻避開的，我們給一個，公司有一個看法，可以覺得他不行我可以立刻避開這個風險，是相對穩定很多操作性是強很多的，所以他不一定要硬斑斑持有股票的，他可以變成穩定固定的資產去達致一個長遠投資的目標所以這個產品是很適合做一個retirement plan或者現金靈活去提取，所以看看陳生你覺得這個做住10萬一個月，不是一年是吧。

02:02:23 Speaker 2
我不知道多少錢，你覺得夠不夠，你覺得做10萬一年，現在做幾萬3萬而已，這個sale，三萬一年的美金，總共可能是十五萬美金，一百萬港幣左右，八零萬港幣左右，去一個年期的東西，做著，你覺得三萬夠不夠，要不要加一點減一點，他就說，不會啊，都可以啊，三萬都可以啊，如果OK的，不如我們就做這個先啦，好了，就很順利地簽啦，

02:02:54 Speaker 2
如果，他說什麼，幫他想，那怎麼辦，給不給他想，沒得不給啊，首先你知道沒得不給先啦，沒有，沒有，說我不給啊，一給就糟糕了，給回家再想，沒得不給，那好啦，當然可以啊，你可以跟老太太商量一下，以前的老前輩是不給的，一定是七次coaching跟你玩，但是我們不會的，我們給他走啊，那你說，

為什麼我給他走，我要一個長期合作的關係嘛，好啦，跟著我給他走啦，那我走後會說什麼，

02:03:25 Speaker 2
會說什麼呢，可以你回家想想，現在今天幾月啊，但是如果你可以在這個月決定，我們會有一些優惠的，六月也有，不過六月就不是那個，就沒有那麼，就是這個力度來說，五月是多大，那就看看五月行不行，但是最後他說，我還是要六月，那六月可能也有的，幫你再留意一下，OK，用優惠去告訴你，什麼時候要回覆我，我不是一定要他簽，我是要他什麼，不要拖我，對就對，不對就不對，你幫我介紹，也不要在這個位置叫他回覆我，你不要在這個位置叫他回覆我，

02:04:01 Speaker 2
你不要在這個位置叫他回覆我，他覺得我平時見客或者我平時的客人都是不需要的。

02:04:32 Speaker 2
你有沒有玩過Wingbow那部抽濕機是什麼機？他幫你搞完之後，他不會再sell你，sell你一鍋之後，不過你不適合嘛，你不適合你可以幫我簽一百個名。你不要走去，人傢什麼都沒說，你就說什麼？不過你如果不適合的話，你就幫我介紹，就不要說了。慢慢一步，你要對自己產品有信心的。就是說你現在的感覺就是，我告訴你，你現在買不買？買不買？不買的話，等你生日之前我再告訴你，

02:05:02 Speaker 2
或者等再有優惠我再告訴你。或者你要考慮的，在這個時間之前考慮，我就說不如下個星期再call你。那就玩follow up，玩頻率，玩跟進，玩禮貌。不用那麼沒禮貌的。所以你基本上要帶齊東西的。這個已經說完了。這個產品的特性，然後這樣幾番。我有些做醫療的，就要做所有醫療的，放在這個洞洞裡。你每一個客人就會很順利的。正常的。就不要只是講自己個人魅力了。所以今天最主要是講心態上的一個改變。

02:05:38 Speaker 2
玩頻率。然後去學習成功的人。然後我真的下手做的時候，你收拾好你幾隻黃金的產品，這些保守或sales kit，你收拾好它一兩份就夠了。不用什麼都賣的，賣著幾樣東西先。你最熟的那些東西，你真的要熟的。然後就開始玩頻率，當自己的機器是這樣。希望今年大家很快就成為MWT，禮儀今年MWT麻煩你，以後就給你按兩下電話，你按到第三次我才喊你，

02:06:09 Speaker 2
好嗎？今天時間差不多，大家加油努力，有什麼想問？想很快的，有沒有得分享一些照片？當然有啦，拋一拋？對，拋一拋照片，拋一拋照片。

02:06:27 Speaker 3
剛剛那個。

02:06:29 Speaker 4
那個女XX那個。

02:06:31 Speaker 3
女XX那個，我發一個給大家。

02:06:34 Speaker 4
改成繁體字。

02:06:40 Speaker 3
我先發給你，發給誰？XX。

02:06:47 Speaker 4
XX。

02:06:49 Speaker 2
我發給你，你分給我。

02:06:54 Speaker 4
49530。

02:06:57 Speaker 3
壞了。沒有電了嗎？沒有電了，真的。

02:06:59 Speaker 4
是有4個%的。

02:07:01 Speaker 3
Oh no！再來一次。我有沒有一些沒密碼的？我發給。

02:07:05 Speaker 6
Angus吧。

02:07:06 Speaker 3
Angus，好嗎？可以嗎？Angus有嗎。

02:07:10 Speaker 6
那個E-Angus未必是我。是嗎？我是Angus EM。那個E-Angus。

02:07:16 Speaker 3
為什麼你的Angus要加我的名字在那裡？什麼事？可以嗎？有嗎？接受到嗎？他有沒有錄影？等一下。Lisa？Lee？又是第二個來的？莎莎。iPad Pro。

02:07:36 Speaker 5
密碼。

02:07:39 Speaker 3
是密碼。找到了。找到密碼了。在哪裡按？莎莎。

02:07:45 Speaker 4
iPad。

02:07:48 Speaker 3
多少號。

02:07:49 Speaker 4
495570。可以嗎。

02:07:54 Speaker 3
應該可以的。

02:07:55 Speaker 4
因為它有很多個曲在裡面。

02:07:58 Speaker 3
四九，然後呢。

02:08:00 Speaker 4
六、七、四、八、五、六。都不適合這麼多個曲的。

02:08:07 Speaker 3
那你試一下。

02:08:08 Speaker 4
咦？有Ajor，來了，來了。是不是取消了。

02:08:14 Speaker 3
One more？是不是要再按？哪裡？Lisa Lee。

02:08:25 Speaker 2
嗯？有聲音喔。

02:08:28 Speaker 5
對呀。

02:08:30 Speaker 2
有頭閘的聲音。Angus？Angus EM.EM有沒有解。

02:08:35 Speaker 6
Angus EM有解。

02:08:36 Speaker 3
感覺到嗎。

02:08:37 Speaker 6
感覺到啊。入了。

02:08:39 Speaker 3
入了喔？入了。OK的。

02:08:48 Speaker 4
這個是什麼時候的。

02:08:50 Speaker 2
分享一下。嗯。上個月？還是今個月？我忘記了。因為邀請我過去，我怕了。主席今天有個開幕。OK了嗎？Angus？我進去了。我多進兩份給你，好嗎？好啊。

02:09:07 Speaker 3
那你自己處理一下吧。再分享給大家。Angus Yim，收不收到。

02:09:14 Speaker 5
收到。

02:09:15 Speaker 2
是講頻率而已，做招募的也是。要主動一點，這樣就可以了。然後呢，第三袋，第三袋。有一份是阿嫻做的。有空就過去幫我謝謝她。我想大家互相分享一下。

02:09:37 Speaker 6
這一份是她做的，記得嗎。

02:09:39 Speaker 2
一邊份是她做的。

02:09:41 Speaker 6
有沒有那個retirement kit？有。在Archers的Google。

02:09:49 Speaker 2
好，先敲給大家，幾份東西，辛苦大家了，再見。

02:10:22 Speaker 4
這個龍哥的，兩個都是，這個葉香凳，這個關掉了，幫忙佈個凳，這凳是一樣的