05-12 保險銷售實戰課程「Warm Market Workshop」第一講：心態重塑與開場技巧

保險銷售實戰課程「Warm Market Workshop」第一講：心態重塑與開場技巧



本摘要整合第一講的完整內容脈絡：由課程行政規範與歷史沿革、價值建立與動機盤點，進入心態重塑的核心方法，繼而教授面向客戶初步拒絕時的開場策略與話術，最後以情境演練加深應對連續反對的能力，並收束於核心原則強化與專業禮儀提示。全篇嚴格保留原始數字與表述，確保資訊精準與可操作。

課程介紹與行政框架

講師 Wing（AIA 資歷20年，1997年起為前線 agent）以務實節奏展開課程，先建立清晰的上課規範與運作流程。Warm Market 課程歷史已16年，內容持續更新；過去為 Cold & Warm 合併的9節課，因現時電話開發限制變多、實務難度提升，Cold 現已停開。Wing 現多教授新人班，Warm Market 約每三個月開一次，班級常滿；課室可坐33人，但實際會開至36、37個名額以應對臨時缺席。

行政規範明確而嚴謹：所有學員須在門口簽到與簽走（離場與入場皆需），否則不會給GPD分；另設課堂15分「GPT分」，每日2分。Wi-Fi 使用需先掃描。

上課不可錄音、錄影；手機與iPad盡量收起，手機需放在封箱裡，並儲存講師電話以接收群組訊息。座位不留位、不怒罵佔位。Wing 強調課堂提供大量講稿與話術，但「人是活的」，關鍵在靈活運用，且希望六節結束時，每位同事都能「拿到可即用」的實戰成果。

課程架構與收費理念亦被坦白說明：過往免費3小時Workshop曾於3小時內報滿80人，但學習效果不如收費班。此次為36人班，公布兩週即滿。收費「幾百元」旨在確保學員具投入度與自我要求，避免「免費不在意」的現象。Wing 期望學員課後主動盤點是否真正「拿到」要點，若有疑問，下次回課提出澄清；在堂上遇到有用內容要即時拍下或寫下，而不是回家才看簡報。

建立課程價值與學員動機探索

為建立信心與學習動能，Wing 播放兩位往屆學員分享影片：一位新人、一位資深 MDRT，對照顯示課程對不同年資的顯著成效；更以「業績增長高達570%」與「上完儲蓄課後次月FYC達六位數、增長600%」等具體數據佐證投資回報與KPI表現。課上亦即時調查學員年資、詢問報名動機，回饋包含：希望學會「如何輕鬆、地道地開口」、認知到「做保險是有方法的，不必那麼辛苦」、甚至有九年MDLT資深學員仍然在課程中持續學到新技巧、有效解決「內心面對的心魔」。Wing 表示課程會因應學員背景做內容調整，並強調收費的用意是篩選「真心想拿東西」的學習者，提升整體學習成果。

銷售心態重塑：破除心魔與確立「給予者」角色

本講核心在於拆解與轉化銷售人員普遍的「心魔」。學員自述的心魔包括：怕被拒絕、擔心不夠專業、被舊形象貼標籤、覺得自己缺錢（質疑客人為何要光顧）、從無關行業轉職後對失敗的恐懼、怕花時間學習卻達不到目標等。Wing 指出，這些恐懼多源於自我定位在「推銷」對方而非「利益」對方，於是過度在意別人眼光，導致抗拒與受挫。

解方是心態的根本轉換：從「Taker」（向客戶索取：簽單、付費）轉為「Giver」（給予者），專注提供具體可感的好處，例如協助客戶在60歲每月有三、四萬元退休現金流、50歲環遊世界等。當你是「Giver」，你是在給客戶正面資源與選擇，而非向他索取。這是走出心魔的第一步，也是接下來所有技巧的前提與底層邏輯。Wing 強調，這不是單純講理論，接下來五天將以多種方式「強壯你的心臟」，讓自信來自可複製的實戰。

開場技巧教學：引發客戶聆聽意願的策略

銷售流程被拆解為兩段：先讓客戶「想聽」，再讓客戶「想要」。若對方不想聽，談任何產品與優惠都徒勞。簽單的技術流程（如表格）應無障礙，實際耗時最多的往往是異議處理。Wing 提醒：「他要買的原因，就是他不買的原因」這條心法，不只在Closing才有效。

面對常見拒絕「不用了，我買了」時，話術框架如下：先認同「我明白的」，再以「不過為了你自己的真正利益著想，不妨留意一下」切入，隨後拋出能引起好奇的三個具體價值點（非立即談產品細節）：

- 癌症定義：一期已照顧到，且在更嚴重時的賠償「真的差很遠」。
- 高端醫療：一般醫療賠到總額後需自付，高端醫療可100%全數賠償。
- 輕鬆儲蓄：輕輕鬆鬆儲少少錢，做到一輩子都有錢財當家。

為降低壓力、以退為進，可補充：「其實反正你和我也沒有壓力的，只是更新市場資訊，買不買不要緊，希望將來你有需要，你不會選錯，你會想起我。」此外，穿插「尊榮之道」的語句（例如：我們當然不希望賠償、都希望平安；但有得賠與沒得賠的分別，對家庭資金照顧相差很遠）能柔化銷售感，提升被傾聽的意願。

技巧演練與深化：處理連續反對情境

在完成第一輪開場話術後，若客戶僅禮貌性回應「好吧，聽聽吧」，代表尚未真正被打動。此時要進階處理第二次更堅定的拒絕。Wing 教授「讀心術」式表達：先重述並同理「你剛才也說都買了、不想再聽了」，直接點出對方內心可能真正的顧慮（覺得保險會花錢、怕被推銷、暫時沒有打算），藉此讓對方放下戒心，再加上剛才的具體利益點（如「一期真的建議你聽」、「輕鬆、不影響生活水平也能做到一輩子有錢」、「一期已經賠到100%」等），爭取被深入聽下去的機會。若對方仍堅定拒絕，可用更柔軟的收束語：「你都這麼坦白地說買齊了、不需要了；若內容不是真的配合到你、值得你聽，我又何必建議你聽呢？」這種以退為進的姿態，能讓對方感覺受尊重、壓力降低，為後續互動保留空間。

現場以兩兩配對進行實戰演練：第一輪處理輕微拒絕，第二輪處理更強烈拒絕；由扮演客戶的一方即時回饋，判斷對方話術是否足以讓自己願意繼續聽。練習目的不是立刻成交，而是確認能否「打開耳朵」、贏得聆聽權。

總結與核心原則強化

Wing 在收束時再次強調核心心法與專業底線：

- 「他不買的原因，就是他要買的原因」在八成情境可用，前提是用得恰當。即使客戶自稱「已買齊」，也可從保障內容、條款、保額、與時俱進的市場差異等角度引發好奇；若確實買齊，先祝賀，再詢問購買時間與保額，以判斷是否仍適足今日需求。
- 建立「喜歡你 → 想聽 → 想要」的完整路徑。讓客戶喜歡你，並非靠話多，而是自然、大方、有笑容、有禮貌、準時與有交流；若遲到一兩分鐘，也要主動解釋而非當作無事發生，否則會被扣分。
- 以專業態度建立信任：握手要有誠意與溫度但不需用力過猛；交換名片（含 E-card）時，簡述卡片上的標誌與業務範圍（例如 MDRT logo），同時詢問與理解對方行業與職責，展現學習與尊重。旅遊保險雖佣金少，但能建立信任與轉介紹機會。
- 拉闊角度：例如客戶提教育基金，亦可從家庭經濟支柱、穩定收入等更全面的角度切入，幫助對方做更好的整體安排。

Wing 亦提醒：這是第一天、頭一小時的起步，內容看似簡單，但往後會逐步深入；若學到而不去用，等同浪費時間與機會。本課不是單純「聽」的課，而是「實踐的課」。

行動清單（Action Items）

- @學員
    - □ 每天課後自我盤點：確認是否真正「拿到」當日重點；有不清楚處，下次回課即提問 - [TBD]
    - □ 上課遇到有用內容，立即拍照或手寫記錄，不依賴事後看簡報 - [TBD]
    - □ 嚴格遵守簽到與簽走規範，配合門口同事指引，以獲取課程分數（GPD/GPT） - [TBD]
    - □ 上課期間手機與iPad收起；手機放入封箱；不得錄音、錄影 - [TBD]
    - □ 儲存講師電話，確保能接收群組訊息 - [TBD]
    - □ 課堂互動時主動回應與發言，維持專注（「打開三隻耳朵」） - [TBD]
    - □ 不留位、不罵位，維持良好課堂秩序 - [TBD]
    - □ 明天起調整衣著與球鞋，符合課堂專業形象要求 - [TBD]
    - □ 兩人一組完成話術演練：第1輪處理「我買了，不用了」之輕微拒絕；第2輪處理更堅決拒絕，加入「讀心術」與「以退為進」 - [TBD]
    - □ 演練時由扮演客戶者提供即時回饋，判斷是否願意「繼續聽下去」 - [TBD]

- □ 回家再溫習今日的話術與心法，次日持續練習 - [TBD]
- □ 實際拜訪遇到「不用說了」時，嘗試多講一句、兩句，套用今天教的「認同 → 利益 → 好奇點 → 以退為進」步驟，測試能否打開對方耳朵 - [TBD]
- □ 依課程指示「跟著做，先鋪墊」，將本課定位為「實踐的課」並落地應用 - [TBD]

2026-05-05_warm_call_Day_1

> 日期和時間： 2026-05-12 18:01:11
> 地點：[插入地點]
> [插入標題]

暖市場 異議處理 執行力

主題

本講座聚焦AIA暖市場（WARM）保險銷售訓練，強調互動、無PPT口傳心法與即場筆記。內容涵蓋話術適配、讀心術、兩段式溝通（先想聽再想要）、高端醫療與癌症定義差異、儲蓄工具與封單效率。以付費機制提升投入度，課程歷史16年且持續更新，數據顯示完成學員業績相對公司平均增長達570%。核心在執行力與即時落地，並透過第六天實戰電話檢核成效。

要點

1. 課程性質與規範：為AIA內部之Warm Market（WARM）課程，過去與Cold Call（CALL）合併成“Cold and Warm Workshop”，原為9節；現只開Warm，CALL因環境限制暫停。課堂需簽到與簽走，否則不計GPD分；上課需互動回答，手機與iPad請收起，必要時自行拍照筆記；不提供PowerPoint，強調口傳心法與即場筆記。
2. 講師背景：講師[Wing]在AIA已20年，1997年起做agent，長期主講三天最新新人班與加開課程，亦曾主講Core and Warm Workshop；同事對其課程評價佳。
3. 學員組成與年資分布：本班約36至37人，課室標準座位33個；學員年資以1年以下為主，亦包含3個月以下、半年以下、1年以下、2年以下、2年以上、5年以上、10年以上；亦有轉行或同行轉換者。
4. 報名動機與付費：課程收費“幾百元”“600元”；部分學員因付費曾卻步，但多認同收費能提升投入度與出席品質；曾試辦4節3小時的免費3 workshop（上年因公司追MDRT），每班收80人，免費情況下3至4日內額滿，促使講師堅持Warm課維持收費以確保學員動機與篩選。
5. 開班頻率與名額：因講師需帶新人班，Warm課約每3個月開一班；兩星期內36個名額即滿，實際常開至36或37人以利更多同事參與（雖課室僅33座）。

6. CALL課程現況：兩三年前仍有人上過CALL課；如今因聯絡限制、接聽行為改變（如iPhone顯示未知號需先識別身份）而暫停CALL，專注Warm；講師強調Warm已“夠做”。
7. 課程歷史與成效：課程開辦至今16年（非20多年），期間內容多次更新、日數調整；以公司每年平均增長為基準，完成Warm課學員的業績增長對比基準為570%（講師稱“保守”數字）。
8. 學習要求與互動機制：課上只有兩種人——[Wing]與需回應的學員；被動不回應會影響進度與吸收；鼓勵像與朋友聊天般自然回答。
9. 不提供PPT的理由：提供PPT的班次成績最差，多數人不會回看或不知存放位置；拍照筆記能迫使學員即時消化；且PPT僅含少於一半的重點，真正價值在口傳心法與案例拆解。
10. Warm的核心定位：保險屬“對人的行業”（服務與溝通本質），不只是金融或銷售；稿件可提供，但需因人制宜（年齡、職業、經驗不同，話術需靈活運用）；重在說話技巧與對人處置。

金句

- "保險是一個對人的行業。"-- [Speaker 1]
- "今天走的同事，你已經有東西可以拿走去用，不過，你是不是真的用是很重要的。"-- [Speaker 1]
- "PowerPoint裡面的東西，和上課真的拿的東西，我想都沒有一半。"-- [Speaker 1]
- "為什麼有些同事好，有些同事沒那麼好？關鍵在執行力。"-- [Speaker 1]
- "你學了，你真的覺得有用，你都會急不及待想試試。"-- [Speaker 1]
- "客人未講，你已經想到；你講了出來，客人覺得你知道我在想什麼。"-- [Speaker 1]
- "心安是來自自己的，不是別人怎麼看你，是怕別人怎麼看你。"-- [Speaker 1]
- "你覺得你是去推銷他，還是你正在分享一些對他有利的正向東西？"-- [Speaker 1]
- "他不買的原因就是他要買的原因。"-- [Speaker 1]
- "不要不斷推銷，因為你不是在利益他。"-- [Speaker 1]

章節和主題

Warm Market課程定位與歷史

> Warm Market（WARM）源於“Cold and Warm Workshop”，原為9節聯合課。現僅保留Warm，CALL暫停。課程已運行16年，內容不斷更新，開班頻率約每3個月一次，每班約36至37人，課室33座。

- **關鍵點**
    - 曾為9節，含Cold與Warm；現為Warm單獨課程
    - 運行16年，持續內容更新與日數調整
    - 每3個月開一班；兩星期內即滿班36人（常開至36或37）
    - 課室標準座位33，實際超收以擴大受惠名額
- **講解**

  講師回顧課程16年沿革，說明因環境與行為變遷（如電話接聽習慣與合規限制）暫停CALL，集中於更可落地的Warm Market；名額緊俏，顯示市場需求強。

- **註意事項**
- CALL因限制暫停，Warm為主線
- 名額有限且搶手，需把握報名時機

付費機制與學習動機

> 課程收費“幾百元”“600元”；曾試免費3小時“3 workshop”（上年做4節，每班80人），3至4日額滿。講師據此堅持Warm課收費以提升學員投入、出席與篩選效果。

- **關鍵點**
    - 收費金額：幾百元；學員提及600元
    - 免費班：上年辦4節，每節3小時，每班80人，3至4日內額滿
    - 收費能提升學員專注度與責任感，降低“報名不來”的情況
- **講解**

  免費工作坊產生名額被快速搶占、但學習動機參差與缺席率較高的現象；收費能讓“有要求來拿東西”的學員進場，確保教學品質與互動。

- **Examples**

> 上年為配合公司追MDRT，辦了4節免費3小時的3 workshop，每班80人；因免費，放出即在3至4日內滿額。雖擴大參與，但對Warm主課而言，免費導致報名品質與出席動機參差，影響課堂成效。

    - 免費降低進場門檻→快速額滿
    - 動機較弱者增加→出席與投入不穩

    - 主課維持收費→提升學習責任感、穩定出席與互動品質
- **註意事項**
- 收費可提升到課率與投入度
- 名額配置需平衡公平與品質
- **特殊情況**
- 若遇免費宣傳課，應以暖身與導流為主，不等同核心課程收穫

學習規範與筆記方式

> 嚴格簽到簽走以計GPD分；上課需回應，手機與iPad收起；不提供PPT，主張拍照與手寫筆記，因PPT回看率低且僅涵蓋不到一半心法。

- **關鍵點**
    - 簽到與簽走缺一不可，否則不給GPD分
    - 需即時互動，避免被動聽講
    - 禁止上課分心用裝置，必要內容自行拍照
    - PPT僅少量資訊；重點在口傳與心法
    - 曾給PPT的班成績最差
- **講解**

  以行為約束提升學習質量：互動式教學需要即時反饋；拍照與手寫促進即時加工記憶與後續行動；防止教材外流造成誤用，同時保護教學心法的情境化傳遞。

- **註意事項**
- 拍照前先聽懂邏輯，照片旁即時批註
- 若需申訴考勤，須有證據支持
- **特殊情況**
- 若確有急事需用手機，先與講師示意並於中場處理

Warm Market本質與話術適配

> 保險是“對人的行業”，不僅是金融或銷售。話術稿可提供，但需依人調整：不同年齡、職業、經驗背景的客戶需差異化切入與應對。

- **關鍵點**
    - 對人的行業：重在說話技巧與對人處置

    - 稿件是死的，人是活的；需靈活調整
    - 面對朋友的開場與切入是Warm關鍵痛點
    - 當天學會的內容可立即應用
- **講解**

  Warm來源於關係網絡，心理距離近但社交風險高；因此需具備尊重關係與價值導向的對話框架，兼顧對方身份、年齡與風險認知，避免生硬推銷。

- **註意事項**
- 避免一套稿通殺
- 先探需求後呈解法，維護關係長期性
- **特殊情況**
- 遇熟人不便直談，可先以近況關懷與價值資訊交換切入，逐步過渡保險議題

成效數據與KPI導向

> 本課屬需計算KPI的培訓；根據多年統計，上完Warm課的學員業績增長相對公司年度平均增長為570%。

- **關鍵點**
    - 課程與KPI掛鉤，要求打開耳朵聚焦
    - 業績增長對比基準為570%（講師稱保守）
- **講解**

  以量化數據強化學習動機，顯示課程對業績的實證影響；但結果依賴於個體執行力與落地應用。

- **註意事項**
- 對齊個人目標與班級KPI要求
- 用數據校準預期，避免短期化焦慮
- **特殊情況**
- 若短期未見增長，檢視執行密度與話術適配度，非僅增加觸達數量

執行力與結果差異

> 同班36人會出現成果分化；關鍵因子是執行力與精準落地，而非僅僅“知道”。

- **關鍵點**
    - 有人好有人差的核心：執行力
    - 講師要求更精準的自我要求與落地行動
    - 知行合一：聽完當天即可用
- **講解**

  Warm技巧須在真實對話中反覆打磨；從“學會”到“用好”的差距在於持續行動與復盤修正。

- **註意事項**
- 設定明確行動數與回顧節奏
- 以同儕互相提醒提高落地率
- **特殊情況**
- 若出現心理阻抗（怕尷尬/怕被拒），可先以低風險熟客情境做微練習，逐步擴大

課程運營與公平性

> 不提供PPT以保護教學心法與避免資料外流誤用；即使資料外流，未上課者僅靠PPT也難以複製效果。

- **關鍵點**
    - 拍照筆記優於PPT被動存檔
    - 外流風險對受訓者不構成實質不公平
    - 教學價值在互動演練與口傳細節
- **講解**

  讓學員把注意力放在互動與內化，而不是囤積資料；確保知識轉移與能力形成。

- **註意事項**
- 保護同學分享的案例隱私
- 拍照後即時加註個人化要點

課程結構與學習檢核（六節課＋check point）

> 本課程共六節，按既定觸控/大綱逐日教授，每節結束後學員需使用講義前方的正方形框框作自我檢視，確認是否掌握當日重點；若有不明白之處，隔日回課提問。

- **關鍵點**
    - 六節主題固定，若無特別情況將依大綱進度授課
    - 每日結束以正方形框框check point自評掌握度
    - 鼓勵隔日帶問題回課釐清
- **講解**

  講師要求務實落地：學會就要用，每一節都要用，透過反覆使用建立熟練度。

- **註意事項**
- 每日確實完成check point自檢
- 有疑問隔日優先提問
- 遵守課程進度，不自行跳題

癌症定義與無限相機（以AIA為例）

> 理解保單對癌症的定義差異可創造銷售切入點，AIA癌症定義被評為『很好』，透過解讀條款帶出『無限相機』概念，強調保障廣度與深度。

- **關鍵點**
    - 熟悉AIA癌症定義細節
    - 以定義優勢帶出無限相機的價值主張
    - 用條款教育建立專業信任
- **講解**

  課堂將逐步講解定義如何轉化為銷售語言與客戶安心感。

- **註意事項**
- 避免只講產品硬件，轉為講『為何重要』
- 結合客戶案例說明定義差異影響

高端醫療的安心無憂與既有保障切入

> 針對已有醫療或公司福利的客戶，從不同角度切入保障缺口與升級價值，主打『安心無憂』的醫療體驗與風險轉移。

- **關鍵點**
    - 辨識公司醫療與個人高端醫療的差異
    - 設計升級或補強切入點
    - 強調體驗與風險敘事，而非僅比價
- **講解**

  課堂示範如何在客戶已購情境下仍創造新價值提案。

- **註意事項**
- 避免與公司福利硬碰對比價格
- 以服務與理賠體驗建立差異
- **特殊情況**
- 如果客戶堅稱『已有醫療』，如何處理？從理賠流程、病房級別、海外醫療、年度限額等面向提出具體缺口。

儲蓄銷售：夾萬圖與前中後展

> 以可視化的『夾萬圖』與『前中後展』流程，將儲蓄從概念落實為可執行步驟，協助客戶建立儲蓄習慣。

- **關鍵點**
    - 夾萬圖作為工具而非空談概念
    - 前中後展分段引導決策與行動
    - 以步驟法提高落單轉化與客戶自我紀律
- **講解**

  講師曾於上年11月以該節辦3小時免費workshop，參與四十幾人，隔月整體數據達600%增長，十幾二十位同事單月FIC超過六位數字，驗證方法有效。

- **Examples**

> 二十幾歲剛畢業入行同事，上課後即用夾萬圖步驟約客，3個月內FYC約五到六萬；其客戶再介紹公司老闆購買醫療及儲蓄保單。該同事強調此法非空談而是有工具、有步驟、可實際儲到錢。

    - 明確工具：夾萬圖視覺化資金配置
    - 流程化：前中後展拆解行動順序

    - 即戰力：課後立刻約客、重複應用於醫療與儲蓄場景
- **註意事項**
- 工具需視覺化、步驟明確
- 客戶理解後更易內化為習慣
- 持續追蹤以促成轉介紹

隔空銷售技巧提升

> 遠距或線上銷售需要結構化節奏與互動設計，以維持專注與信任。

- **關鍵點**
    - 會前設定預期與規則
    - 使用簡潔視覺輔助（如夾萬圖）
    - 節點確認理解與意願
- **註意事項**
- 避免資訊過載
- 保留提問環節強化互動

保險自維與異議處理

> 將客戶抗拒聲明視為可被處理的『誤處理』而非無解的拒絕，透過框架化回應保持對話主導。

- **關鍵點**
    - 區分『心魔』與『客戶異議』
    - 以問題澄清本質原因
    - 轉化語言，回到需求與保障缺口
- **講解**

  課堂下半部將提供具體話術流程，處理如『我買了』『不要推銷我』等場景。

- **註意事項**
- 先共感再釐清
- 避免硬碰硬爭辯
- **特殊情況**

- 如果客戶明確表示『不要推銷我』，如何處理？先確認當下是否合適談保障，若不合適改期，以服務更新方式維繫關係，並留下價值提案的下一步。

讀心術（洞察與共感）

> 『讀心術』定位為溝通技巧：在客戶未表達前預判其關注點，說出其內心話，建立『被理解』的體驗，提升信任與配合度。

- **關鍵點**
    - 觀察語氣、詞彙與非語言線索
    - 以同理反映＋前置回答
    - 逐步在六節課中實踐與強化
- **講解**

  非魔術，而是結構化的洞察與表達訓練。

- **註意事項**
- 避免過度武斷預設
- 以試探式語句驗證推斷

課堂紀律與運營（GPT分、簽到、通訊）

> 學習成效仰賴紀律與通知機制：六節不遲到早退，設15分GPT分、每日2分；必簽到簽走；衣著規範；嚴禁手機、錄音錄影；以WhatsApp群組發佈資訊，需先儲存講師電話。

- **關鍵點**
    - 15分GPT分配置：每日2分
    - 簽到簽走由外場同事配合
    - 衣著規範：球鞋要換
    - 課中禁用手機、禁錄音錄影
    - 通訊：務必儲存講師電話接收群發
- **講解**

  專注是為學員自身效益；避免分心與對客戶回覆延誤造成負面感受。

- **註意事項**
- 入場即設定專注模式
- 課後再集中回覆訊息

實戰打電話安排（第六天）

> 第六天統一實戰，因學員已建立信心與框架；課中給予有限時間進行，仍可產生成交或可觀pipeline。

- **關鍵點**
    - 刻意延後至第六天以確保信心
    - 短時間亦能創造成交機會
    - 以案例驗證：年輕同事短時間完成五六萬數
- **講解**

  先練框架與心態，再進場行動，提升命中率。

- **註意事項**
- 事前準備名單與開場話術
- 設定明確目標通話數與預約數

資深顧問瓶頸：『見不見的客人』

> 資深同事常非無客可見，而是自我篩選導致不見客；建議以服務與分享形式持續接觸，單會回流。

- **關鍵點**
    - 降低自我設限門檻
    - 以價值內容維繫關係
    - 避免只在『有錢買』時才拜訪
- **講解**

  透過服務心態重啟互動池，創造延遲性回單。

- **Examples**

  > [Speaker 6]於10月上課，12月底結帳當年完成MDLT；講者推算其後兩個月賣單『差不多了，除以2.5個MDLT』『微增的MDLT差一點點』，顯示短期內再有可觀增長。

    - 以既有人脈重新觸達
    - 導入新話術與讀心術
    - 以服務導向增加轉化
- **註意事項**
- 勿因主觀判斷而不見客

- 重視跟進與內容輸出

心魔辨識與來源

> 針對業務拓展與見客的心理障礙進行剖析，核心在於“怕別人怎樣看我”，延伸為怕被拒絕、怕失敗、怕不專業、被貼標籤（如愛玩、不認真、低門檻）。此類心魔多源自自我評價與對外界評價的恐懼，而非真實能力不足。

- **關鍵點**
    - 心魔常見類型：怕被拒絕、怕失敗、怕被看低、怕不被認可。
    - 自我標籤與外界標籤交互強化，特別是轉行者與被視為“低門檻行業”的從業者。
    - 不見客的真正原因多為心理層面，而非資訊或技能不足。
- **講解**

  課堂逐一盤點學員心魔，發現共通主因是擔憂外界評價。教師追問“是你覺得自己，還是別人覺得你？”引導把焦點從他人看法轉回自我心安來源，指出“心安在自己”，並要求釐清不見客的真正心理動因。

- **Examples**

> [Speaker 7]擔心花很多時間聽課仍未必達到想要的位置，進一步被教師澄清：關鍵是“不出去見客的原因”是否源於心魔，而非學習投入本身。

    - 辨識問題定義錯位：目標未達未必源於學習不足，可能是害怕面對客戶。
    - 回到行動障礙本質：確認是否因害怕拒絕而延宕見客。

> [Speaker 10]過去行業與現職無關，轉入新領域後，面對人的時候產生抗拒與怕失敗，因為自我仍卡在舊定位，難以“落到”新角色（如售貨）。

    - 覺察角色轉換期的自我概念衝突。
    - 透過重新定位與小步行動建立新角色的自我效能。
- **註意事項**
- 區分自我評價與他人評價的影響來源。
- 在不見客前先釐清恐懼是“推銷感”還是“能力不足”。
- 避免自我標籤延續舊形象，特別是在轉行初期。
- 面對被視為低門檻的偏見，準備專業證據與價值陳述。

- 與親友做客戶時，預先設定回應頻率與專業邊界。
- **特殊情況**
- 如果遇到親友成為客戶並頻繁以外界訊息轟炸，如何處理？建立明確的溝通頻次與回應窗口，以書面Q&A或定期更新減少臨時打擾，維持專業邊界。

推銷心態轉向分享心態

> 將“推銷”重構為“分享對方的利益與正向價值”，減少被拒絕的恐懼與對關係的壓力。透過前設調整，改變互動的感受與結果。

- **關鍵點**
    - 語意框架影響情緒與行為：推銷帶來壓力，分享帶來合作氛圍。
    - 以對方利益為主軸，降低對抗與防衛。
    - 行前自問：此互動中，我提供了什麼具體利益？
- **講解**

  教師反覆追問“你是推銷還是分享？”並提出“利益”前設，帶領學員將焦點從自我表現轉為客戶獲益，透過心態重構緩解被拒恐懼。

- **Examples**

  > [Speaker 1]舉例：我有一千元要給你的朋友，他會要；但若我同時拿著一把刀、以威脅方式逼他接受，即便是利益也會引發抗拒。

    - 同樣的利益，傳遞方式與關係感受決定接受度。
    - 建立安全與尊重的互動，比強勢推動更有效。
- **註意事項**
- 準備清晰、可被感知的客戶利益點。
- 避免威壓式語氣或操控式話術。
- 以提問了解對方情境，再對應分享。
- **特殊情況**
- 如果發現對方對“被推銷”高度敏感，如何處理？先暫停方案輸出，轉為提問其現況與期待，確認同意後再分享具體可行利益點。

客戶關係與邊界管理（親友客戶）

> 當客戶與你關係近（如家人、親戚、朋友），因熟絡而降低對你專業性的敬重，容易被外界訊息影響並頻繁追問，造成“資訊轟炸”。

- **關鍵點**
    - 熟人關係可能削弱專業權威與互動規範。
    - 市場波動期（如股價下跌）親友客戶焦慮更易放大。
    - 需建立溝通節奏、SLA與資訊包，維持專業互動。
- **講解**

  [Speaker 3]分享：親友會不斷打電話追問市場波動是否影響其GP或TNP保單；由於熟悉，對專業性反而“夾住”，容易情緒化問責。教師回應引導這可能與關係邊界有關。

- **Examples**

> [Speaker 3]描述親友客戶接收外界負面消息，頻繁詢問“股價跌了會否影響我這張GP/TNP”。

    - 事前提供風險說明與波動應對指引，降低臨場緊急追問。
    - 用固定月報或季報替代即時零碎回應。
- **註意事項**
- 簽訂或口頭約定溝通頻率與回應時間窗。
- 準備FAQ與情境回應稿（含市況波動SOP）。
- 以書面紀錄重要解釋，避免口語誤解。
- **特殊情況**
- 如果遇到市場快速下跌、親友客戶高頻致電，如何處理？立即發送標準化風險通告與產品影響說明，安排統一說明會或群組答疑，並個別約時深入解答。

心態設定：從索取者到付出者（giver）

> 以服務與利益客戶為核心的職業心態。不要把自己當成只求簽單與拿錢的Ticker，而是提供對客戶有價值的方案（如退休、醫療保障、生活品質），建立長期信任關係。

- **關鍵點**
    - 錯誤心態：問人拿東西（拿錢、求簽單）
    - 正確心態：giver，提供能改善客戶生活的利益
    - 關係優先：處理人際與信任，而非只處理交易
    - 哪裡跌哪裡起：從挫折點回補關係與服務
- **講解**

講者強調，面對市場與個案不可控因素，核心在於是否有持續跟進與建立信任。當客戶知道你的志向與操守，即使你抽身，也不會責怪你，反會再回頭。以giver姿態，將話題從推銷轉為對客戶的實際好處（退休現金流、醫療保障幅度），自然降低抗拒。

- **Examples**

> 講者提到希望客戶於60歲退休每月有三、四萬元，或50歲退休可以環遊世界，作為利益導向的溝通目標，將保險/理財產品轉譯為具體生活品質。

    - 先了解客戶的退休年齡與生活目標
    - 把產品功能對應到每月現金流與旅遊等生活場景
    - 避免只講條款，著重『對他有什麼好處』
- **註意事項**
- 不要用求簽單語氣，改用利益導向
- 每次互動都要有跟進，持續追蹤關係
- 以禮貌方式多講一兩句，避免冒犯但不要輕易放棄
- 將計劃條款轉譯為生活利益與現金流
- 遇挫折回到關係與服務層面補課
- **特殊情況**
- 如果客戶近期有投資/股價波動情緒，如何處理？以同理與持續服務跟進，說明可控與不可控範圍，降低歸因於你個人的負面情緒。
- 如果客戶認為你在推銷，怎麼辦？停止講優惠回贈，改用客戶關心的利益切入，先令他想聽，再令他想要。

兩段式溝通技巧：先想聽，再想要

> 有效的溝通分成兩步：1) 讓客戶願意聽；2) 讓客戶產生想要的動機。避免一開始就推公司回贈或優惠，改以客戶關注點與情境引發興趣。

- **關鍵點**

    - 步驟一：令他想聽（切中痛點/關心點）
    - 步驟二：令他想要（清晰利益與方案落地）
    - 避免自我導向訊息（如公司優惠），要客戶導向
    - 配合異議處理，於各階段消解疑慮
- **講解**

當客戶不想聽時，再多資訊都無效。講者將課程設計在於先教會如何引起注意與共鳴，再轉入需求深化與利益呈現。過程中搭配異議處理，使客戶一路被『聽得懂、看得到、感覺到需要』所引導。

- **Examples**

> 講者強調三個常用引子可作為『令他想聽』的入口，但細節尚未在本節完全教授，後續課程會補充。

    - 以結果鮮明的賣點吸引注意
    - 避免一次講太深，先釘住重點再展開
    - 之後以數據與利益轉譯加強『想要』
- **註意事項**
- 不要以公司優惠作為開場主軸
- 先問再說，從客戶關心點切入
- 每個階段預期會有異議，預先準備應對語句
- 重複練習話術直到自然、禮貌、具力量
- **特殊情況**
- 如果客戶不給你講的時間，如何辦？使用課堂教的開場招數，禮貌地多爭取一兩句的機會。
- 如果客戶很順利願意聽，是否需要技巧？可照平時方式，但仍建議用利益轉譯提升效率。

數據化對比與利益轉譯

> 用公開數據與市場對比凸顯方案優勢，並把條款轉為客戶可感受的利益（現金流、生活費、保障範圍與金額）。

- **關鍵點**

    - 講公共數據（市場一般情況 vs 本次方案）
    - 以量化差異建立優勢感
    - 條款語言轉成生活語言（現金流、期間、用途）
    - 先明利益，再述計劃細節
- **講解**

  單純講F與A、保障項目與數量，無法讓客戶『感覺到幫助』。因此先用市場比較建立『為何現在這方案更好』，再把金額、年期轉換為退休、醫療、生活品質等明確收益，讓客戶具體想像。

- **Examples**

> 一般醫療費用分項（手術、手術室租金、醫生、場口費、臨時等）合計約四十多萬；現時方案在差不多保費下，保額已達到一千萬。

    - 先列出一般市場的典型費用合計：四十多萬
    - 再給出本方案保額：一千萬
    - 突出『差不多保費』卻保額大幅提升的落差，建立價值感

> 條款說法：藝術保障50萬、118種藝術；利益轉譯：萬一發生可賠到100萬，提供5年的生活費。

    - 將條款數據轉譯為生活現金流與期間
    - 用『5年的生活費』幫助客戶理解保障可支撐多久的家庭支出

> 計劃語言：5年繳，65歲拿回100萬；利益語言：65歲可退休，每個月由30000元收益。

    - 將一次性金額轉為每月穩定現金流數字
    - 連結到退休時間點（65歲）與生活安排
- **註意事項**
- 比較時要講清楚『一般市場怎樣、我們這次怎樣』
- 數據須具體、可核對，避免空泛形容
- 每個數字都要對應客戶場景（醫療、生活、退休）
- 利益先行，計劃後述，提高理解與接受度
- **特殊情況**
- 如果客戶質疑數據來源，如何處理？提供公共數據來源與計算邏輯，必要時簡表對照。
- 如果客戶只聽得懂條款不懂利益，怎麼辦？用日常開支、孩子教育、家庭生活費等語言重述一次。

異議處理與封單效率

> 封單最大的時間消耗在異議處理。技術性填表應熟練，封單應以1個多小時為目標，見3-4個鐘通常代表客戶未準備好購買。

- **關鍵點**

    - 預期在封單時有最多異議
    - 提升填表熟練度，避免技術卡關
    - 1個多小時應該結束；3-4個鐘多因客戶不肯買

    - 『他不買的原因就是他要買的原因』用於扭轉拒絕點
- **講解**

  異議無所不在，從吃飯願不願聽到購買時機。封單環節要把拒絕理由轉為購買動機，如『沒錢』即風險承擔能力不足，更需要保障以避免突發導致更大財務壓力。

- **Examples**

> 客戶：『我家庭負擔大，要供樓、供養小朋友，哪有錢供保險？』
> 講者：這正是他要買的原因（沒錢）。

    - 指出收入壓力大代表風險承受力低
    - 用低保費換取高保障，避免重大意外把家庭財務壓垮
    - 用『5年生活費』『每月30000元收益』等利益化解顧慮
- **註意事項**
- 封單過程聚焦利益與風險對沖，不糾結條款細節
- 對常見異議準備標準化回應腳本
- 面談若超過預期時間，判斷是否先行鋪陳、改期再約
- 用數據與生活場景同時支撐，提升說服力
- **特殊情況**
- 如果客戶一直拖延時間不決定，如何處理？設定明確下一步與時間點，保留關鍵利益點，改期跟進。
- 若遇到家人臨時插話反對，怎麼辦？先同理、重述共同家庭目標，再回到風險對沖與現金流保護。

行動與課程安排

> 課程強調實踐導向，要求學員課後立即使用技巧，之後課堂會檢核落實情況並持續強化心態與話術。

- **關鍵點**

    - 本課只是頭1個小時內容，後續持續加深
    - 第六節會追問『搞定了沒有』的落實情況
    - 未來5天會用不同方法強壯心臟（提升信心）
    - 先鋪賣、跟著做，學以致用
- **講解**

講者把課堂比喻為『急診室』，幫助客源少、成績弱的同事急救成長。有些可救、有些救不了，關鍵在是否肯做、願意用。即使面對『死客』，也應嘗試在禮貌前提下多講一兩句，不致冒犯，卻可能創造轉機。

- **Examples**

> 大陸單位談完需來香港處理；電話不可行，需在香港面對面。若客戶在香港，1小時可處理。

    - 事先告知流程要求，避免期望落差
    - 安排面談節奏與時間，提升封單效率
- **註意事項**
- 回去要再溫習今天的部分
- 到下次課前實際運用一次所學
- 面談中維持禮貌，不要因拒絕而失禮
- 記錄每次異議，於課堂帶回討論
- **特殊情況**
- 如果今日剛好有客可見？嘗試將本節技巧用於開場與利益轉譯，檢視成效。
- 如果平時話術已很順利？仍建議以數據與利益轉譯優化，縮短封單時間。

前端兩大關鍵：讓客戶喜歡你與願意聽你說

> 開單前的核心在於建立好感與聆聽意願，唯有在『喜歡』與『想聽』成立後，才談得上『想要』與closing技巧。否則即使學會很多話術也難以有效。

- **關鍵點**
    - 喜歡你：以禮貌、自然、大方、有笑容、準時、共同話題建立好感。
    - 願意聽你：以專業與同理在對話中創造價值，讓客戶主動想了解。
    - 想要追求：在前兩者基礎上，引導需求與願景，進入購買意願。
    - closing在流程後段：沒有扎實前端鋪墊，closing效果大打折扣。
- **講解**

[Speaker 1]強調銷售三角形：喜歡你→願意聽→有意欲。實務上先處理關係與興趣，再進入需求引導與方案，最後才是closing。學很多技巧無法替代前端兩步。

- **Examples**

> 與客戶初次見面，先透過共同話題破冰，注意儀容與微笑，語氣自然不造作，談吐有禮。若屬管理階層或正式場合，採取適當握手禮並交換名片或E卡片。

    - 進場前準備客戶背景，設計2-3個共同話題。
    - 進門10秒內建立眼神交流與微笑。
    - 握手力度適中、時間不過長，傳達誠意。
    - 交換名片並簡述職務與專長，方便後續跟進。
- **註意事項**
- 若將遲到，須提前用WhatsApp說明並現場補充合理原因。
- 握手視對象決定，但要避免無力或過猛，保持誠意與溫度。
- 名片可用實體或E卡片，視熟悉度，但建議仍提供以利後續。
- 避免把重心放在單一話術或『一百種技巧』，應先鞏固前端兩步。
- **特殊情況**
- 若遇到不熟悉的管理階層客戶，如何處理握手與名片？→採正式禮儀，適度握手並提供名片或E卡片，建立專業感。
- 若面談開始時因遲到導致氣氛尷尬，怎麼辦？→主動致歉並簡述合理原因，迅速回到議題，避免裝作無事發生。

拉闊角度（Angle Stretching）

> 面對客戶僅鎖定單一產品（如教育基金）且遲疑時，將視角擴展到家庭財務結構、收入穩定性與風險承擔，將儲蓄與保障結合，提升整體方案吸引力與適配性。

- **關鍵點**

    - 判讀信號：願意為子女教育儲蓄，代表重視家庭；推斷其有些資金能力，但仍需確認收入穩定。
    - 教育基金痛點：『十多年的回報未必漂亮』導致考慮與拖延。
    - 組合方案：以客戶為家庭經濟支柱，優先加人壽保障；同時保持儲蓄功能，未來讀書資金亦可由此覆蓋。
    - 風險語境：『這麼多負擔，萬一有事怎麼辦？』強化動機。

- **講解**

  [Speaker 1]以案例說明：客戶口頭想買教育基金卻又說要考慮，原因可能在回報期待。拉闊角度後，將議題從『單一教育基金回報』擴展到『家庭經濟支柱風險＋儲蓄目標』，透過人壽儲蓄型保單既提供保障又兼顧未來教育資金，提升接受度。

- **Examples**

> 客戶表示想買教育基金但要考慮。分析：重視家庭、具備一定儲蓄能力，但對十多年回報不滿。方案：提出以客戶名義配置人壽儲蓄型保單，主訴求為保障家庭經濟支柱，同時兼顧長期儲蓄；未來需要教育金時可動用保單價值以支援學費，若風險事件發生則由保障接手家庭責任。

  - 確認其收入穩定與家庭負擔情況。
  - 說明教育儲蓄與風險保障的雙軌價值。
  - 以『萬一有事怎麼辦』引導風險意識。
  - 回應回報疑慮：透明呈現長期特性與非僅追求『漂亮』報酬的家庭保障意義。

- **註意事項**

- 避免與客戶賭是否會購買，改以需求與風險對話導入。

- 對回報期待管理要清楚，避免誤導『十多年很漂亮』的假象。

- 從『有小朋友』推導到『家庭經濟支柱』與『收入穩定』，形成全局觀。

- **特殊情況**

- 若客戶對回報高度敏感怎麼辦？→提供長期與風險對沖的組合敘事，將焦點從單一收益轉為家庭保障與目標可達性。

- 若客戶暫不接受人壽保障如何處理？→先以儲蓄切入並保留可升級保障的彈性選項，待信任建立後再補強保障層。

專業形象與會面禮儀

> 專業不僅在產品知識，也在對人的禮儀與細節管理，包括準時、溝通態度、握手、名片交換與數位工具使用。

- **關鍵點**

  - 準時：如將遲到，務必提前WhatsApp說明並現場致歉說明原因。
  - 溝通：自然大方、有笑容，促進順暢交流。

    - 握手：視對象決定；力度適中、有誠意與溫度。
    - 名片：實體或E卡片皆可，目的在於建立專業與便於跟進。
- **講解**

  [Speaker 1]以實務細節提醒：遲到若不處理、裝沒事，會讓『喜歡你』直接扣分。握手有技巧，避免軟弱或過猛。名片可視熟悉度提供，但一般仍建議提供（即便熟悉也可給E卡片）以利後續聯繫。

- **Examples**

> 預約10:00若來不及，於9:45-9:55以WhatsApp說明並預估到達時間；到場先致歉並簡要原因（避免『還沒睡醒』等不專業理由），迅速回到議題。

    - 事前溝通降低負面體驗。
    - 真誠致歉與合理原因維持專業。
    - 快速轉回價值對話，收復好感度。
- **註意事項**
- 不要裝作遲到無事發生。
- 名片交換後要設計後續行動（加通訊錄、追蹤訊息）。
- 握手與禮節因人制宜，觀察身份與場合。
- **特殊情況**
- 若客戶不收名片怎麼辦？→改用E卡片或QR碼交換聯繫方式，並在對話中建立記憶點以便後續回撥。

課程安排與學習提示

> 本節為較簡單的一節，內容著重前端心態與基礎技巧；提及『跳了半節時間』；明日課程預計同一房間，時間待確認。

- **關鍵點**
    - 今日主題：心態調整、三角形模型、拉闊角度與禮儀。
    - 明日安排：應該在同一房間；講者兩度詢問『明天幾點鐘？』，未給出時間。
- **講解**

  [Speaker 1]以提問法引導學員回顧與sum up，強調本節為基礎鋪墊，後續內容或更複雜但易於理解。

- **註意事項**

- 記錄明日時間與場地，避免遲到。

名片交換與專業展示

> 透過遞卡與口頭解釋同步進行，放大名片內容價值，建立第一線的專業形象並擴展需求想像空間。

- **關鍵點**
    - 解釋名片上中文名、英文名、MDRT LOGO。
    - 明確口述業務廣度：人壽、醫療、強積金、旅遊保險、家居保險、家庭保險、意外保險。
    - 降低名片被丟棄機率的方法：賦予名片內容與情境價值。
    - 主動索取對方實體或電子名片。
- **講解**

  講者強調，單純遞卡不足以被記住，需同時口頭描繪『我能解決哪些問題』。取得對方名片後，立即閱讀其行業、職責、職位，推估收入區間並就其行業細分追問，讓對方感到被重視與被理解。稱讚是有效的破冰與關係維繫方式。

- **Examples**

  > [Speaker 1]建議在拿到寫有『工程師』的名片後，追問其工程師類型、項目範疇與年資，並稱讚其專業，藉此延伸對話並蒐集保障需求線索。

    - 先詢問工程類型（機電、土木、IT等）。
    - 了解年資與職責對收入與風險暴露的影響。
    - 以其行業風險代入，提出醫療與意外保障的關聯問題。
- **註意事項**
- 名片解說時避免空泛，務必具體點出服務範圍。
- 稱讚需真誠具體，避免過度誇張。
- 立即查看對方名片並提出有深度的追問。
- 電子名片亦可，別因形式而錯失聯繫。
- **特殊情況**
- 如果對方沒有名片，如何處理？主動提供你的電子名片並請其掃碼留聯絡，或請對方加通訊軟體以建立雙向連結。

- 如果對方急著離開，如何處理？精簡自我介紹與業務範圍，承諾稍後發送一頁式服務簡介，並確認最佳聯絡時間。

三角邏輯：喜歡你—想聽—買單

> 成單前提是情感與注意力的獲得，先建立好感，再激發興趣，最後才進入成交理由。

- **關鍵點**
    - 避免一上來談『新計劃/優惠』以免被標籤為sales。
    - 用與其切身相關與能喚起好奇的話題開局。
    - 針對性別、年齡、行業做情境代入。
- **講解**

  講者指出，多數推廣失敗在於一開始就進入產品講解，忽略『喜歡你』與『想聽』兩個前置條件。應先找對方在意的點，或其同溫層案例，再引出產品差異。

- **Examples**

> 以『你同學A最近也更新了他的醫療方案』作為代入，降低對方防衛。

    - 引用對方熟悉的同儕情境。
    - 以更新為由而非銷售。
    - 再詢問他既有配置是否需要檢視。
- **註意事項**
- 務必先確認對方願意聽，再逐步遞進。
- 引用同溫層例子時須注意隱私。
- **特殊情況**
- 如果對方表示時間有限，如何處理？先用一句話勾起好奇，約定具體時間再深入。

面對『已買不用』的應對

> 以『為你自身利益』為核心，先提供與其相關的利益與風險差異，促使其願意拿出保單與你共同檢視。

- **關鍵點**
    - 用一句『我明白…but為了你真正的利益…』接續。

    - 提供具體差異點：癌症定義一期是否已涵蓋、市面多需更嚴重階段才賠。
    - 只丟一個重點，不要一次灌太多。
- **講解**

  當客戶說『我買了』，不是反駁，而是轉向『你可能買得不錯，但市面差異很大，花1分鐘看你是否真的被定義保障到』。這類話術降低防衛並導向保單檢視。

- **Examples**

> 指出『一期』是否已涵蓋，對早期治療資金影響巨大。

    - 問：你知道你那份針對癌症一期怎樣定義嗎？
    - 若不清楚，提議快速核對條款摘要。
- **註意事項**
- 避免否定客戶既有選擇，以『升級/更新/核對』為語氣主軸。
- **特殊情況**
- 如果客戶拒絕提供保單，如何處理？先提供一般條款差異清單讓其自查，再約時間共同檢視。

高端醫療與一般醫療的溝通策略

> 以簡單、有感的差異點引起興趣，暫不進入複雜細節，只求打開耳朵。

- **關鍵點**
    - 強調『全數100%賠償』的核心賣點。
    - 點出一般醫療可能有封頂/自付，超總額要自付。
    - 此階段不談免賠額/墊底等細節。
- **講解**

  先建立『風險來時是否會有自付與不足』的畫面，再以『高端醫療可全數100%賠償』作對比，讓客戶主動提問。

- **Examples**

> 一般醫療總額封頂導致部分自付；高端醫療可避免此缺口。

    - 描述真實住院費用可能性。
    - 引導詢問：你的保障是否有總額限制？
- **註意事項**

- 保持語言樸素，避免技術名詞阻斷交流。
- **特殊情況**
- 如果客戶已有高端醫療，如何處理？轉向網絡覆蓋、直付流程、海外就醫可及性等進階價值核對。

退休現金流引子的使用

> 以明確的退休月現金流畫面引起興趣，稍後再補充實作與風險。

- **關鍵點**
    - 提出『60歲退休，每個月有三、四萬元債（現金流）』。
    - 以『輕輕鬆鬆、儲少少』吸引注意，但細節放在後續。
- **講解**

  這是一個設計用來『開耳』的承諾畫面，先吸引對方願意聽，再進入金額、年期、利率、風險與稅務等細節。
- **Examples**

  > 先講月領『三、四萬元』於60歲，再約時間用表格推演。

    - 避免當場進入複利與波動細節。
    - 讓客戶先給出其退休年期與目標數。
- **註意事項**
- 避免過度承諾，務必在後續補上條件假設。
- **特殊情況**
- 如果客戶要求立刻細節，如何處理？告知需要其年齡、可投資額、年期、風險承受度，安排正式試算。

尊榮之道話術（情緒緩衝）

> 在談及理賠、重症與大保額時，加入人性化的緩衝語，降低『被詛咒』或被硬推感。

- **關鍵點**
    - 關鍵句：『當然希望大家平平安安，但有賠與無賠差很遠。』
    - 適用於危疾、醫療、案例分享後的收束。
- **講解**

此話術將銷售語境轉為『家人照顧與資金保障』的價值面，讓客戶聚焦於結果差異而非情緒抗拒。

- **Examples**

> 『賠不賠不是重點，重點是有沒有機會得到賠償，對家人差很遠。』

    - 避免被認為『詛咒』。
    - 提升客戶對保障必要性的接受度。

- **註意事項**
- 語速放慢，語氣真誠。
- **特殊情況**
- 如果客戶情緒低落，如何處理？暫停深入，轉為傾聽並在適當時機再續談。

對已購客的深挖提問

> 透過提問了解購買動機、時點與保額是否仍合適。

- **關鍵點**

    - 問『什麼時候買？多少？為什麼會買？』
    - 越買過的人越信保險，越容易溝通。

- **講解**

  時間拉長後，保障需求與收入變化，原本保額（如五萬元）可能已不足。以共同商量的姿態更新配置。

- **Examples**

> 過去購買的五萬元保額現今購買力下降，需核對是否滿足當前需求。

    - 帶入通膨與家庭責任變化。
    - 提議調整保額或補充險種。

- **註意事項**
- 避免否定過往決策，以升級與優化的角度切入。
- **特殊情況**
- 如果客戶自認『我覺得夠了』，如何處理？以情境試算展示缺口，再邀請其自行評估是否接受該風險。

練習與實戰演練

> 兩人一組，一人出題一人應答，驗證話術是否能贏得續談機會。

- **關鍵點**
    - 出一問二，應答者用『為你利益著想+單點差異』結構回應。
    - 觀察對方是否願意讓你繼續講。
- **講解**

  透過實戰化練習，快速迭代話術與語氣，確立可複製的開場模板。

- **Examples**

> 用『為你利益著想、癌症定義一期已涵蓋、可否拿單檢視是否足夠』等話術，並提到網絡與醫療資源差異。

    - 先肯定對方已規劃。
    - 再提出具體一點差異。
    - 邀請行動：拿單核對。
- **註意事項**
- 控制每輪不超過1個核心賣點。
- **特殊情況**
- 如果對方持續拒絕，如何處理？禮貌結束並約定以訊息送出一頁重點對照，保留後續機會。

以退為進法（去壓力話術）

> 在客戶表現出抗拒、皺眉或顧慮被推銷時，主動降低交易壓力，強調更新市場資訊、買不買都可以，目的是讓客戶放下戒心，為後續講解創造空間。

- **關鍵點**
    - 適用時機：客戶皺眉、猶豫、害怕被推銷，或流程雖順但想更舒適收束時。
    - 核心用語：只是更新市場資訊；買不買不要緊；希望將來你有需要你會想起我。
    - 效果：降低壓力感、提高信任與好感，提升願意傾聽的機率。
    - 可與讀心術結合：先說出對方顧慮，再以退為進。
    - 可多次使用：前面效果一般可再補強一次以退為進。
- **講解**

當客戶出現防衛反應時，直接進攻式推銷容易引發更強抗拒。以退為進法透過“去風險、去承諾、去壓力”的表述把當下的選擇成本降到最低，客戶會更容易接受‘先聽一下’的提議。這種話術同時鋪墊長期關係——讓客戶把你視為資訊來源而非強迫推銷者，從而在未來需求出現時優先聯想到你。

- **Examples**

> 當你講完方案發現客戶皺眉，立刻補充：其實反正你和我也沒有壓力的，只是更新市場資訊，買不買不要緊，希望將來你有需要，你不會選錯，你會想起我。客戶放鬆後，回到重點利益點再簡要說明一次。

    - 觀察微表情辨識抗拒
    - 立即去壓力話術緩衝
    - 再回到利益點簡述，不再長篇推銷
- **註意事項**
- 語氣需柔軟、節奏放慢，避免形成“包著的硬推”。
- 避免承諾過度，保持“更新資訊”的中立定位。
- 重複使用時內容要略有變化，避免機械感。
- **特殊情況**
- 如果客戶持續沉默或面無表情，如何處理？先以退為進表明無壓力，再用問題引導：哪部分資訊你最想先了解？

讀心術式同理（揭示顧慮）

> 主動說出客戶不想聽的三大常見原因（已經買了、覺得被推銷要花錢、對推銷反感），讓客戶感到被理解，降低防衛。

- **關鍵點**
    - 三大原因：已經買了；你又要我買、要我洗錢；總之覺得你在推銷。
    - 話術結構：先同理再建議最小承諾（聽一期）。
    - 目的：降低防禦、建立信任、打開傾聽窗口。
- **講解**

  客戶的抗拒多來自預期成本與心理防衛。預先點出其顧慮，等於把對方內在獨白說出來，減少‘被看不見的壓力’。隨後提出低門檻行動（只聽一期），讓客戶保有掌控感。

- **Examples**

> 你剛才也有跟我說你都買了，不想再聽了，因為聽到保險可能覺得又要浪費錢、又要買了，或者都沒有想著買，不想再聽。不過為了你自己的真正利益著想，不要介意我關心直接說，這次真的很建議你聽一期。

    - 先承認現況與情緒
    - 轉入客戶利益視角
    - 給出最低承諾：聽一期
- **註意事項**
- 避免否定客戶既有選擇，先肯定再提出建議。
- 避免質疑對方判斷，用“為你好”的視角但不居高臨下。
- **特殊情況**
- 如果客戶表示已經買“全部/買光了”，如何處理？共情後轉為‘至少聽一期’以掌握補缺或更新空間。

最低承諾策略（聽一期）

> 把行動門檻降到‘只聽一期’，讓客戶先同意接觸資訊，再逐步深入。

- **關鍵點**
    - 承接同理與以退為進後使用效果最佳。
    - 把決策拆小，從‘要不要買’轉為‘先聽一下’。
    - 與利益點結合，提升“值得聽”的感受。
- **講解**

  人們傾向避免大決策帶來的認知負擔。把行動拆成最小步驟，可顯著提升轉化率。‘聽一期’既不承諾購買，也能讓你獲取更多需求資訊。

- **Examples**

> 對方很大聲說不用，你先讀心同理再說：不介意的話，為你真正的利益著想，這次真的很建議你聽一期。

    - 降壓力
    - 提最小承諾
    - 再觀察反應決定是否以退為進收束
- **註意事項**
- “一期”表述需具體明確，避免被理解為長時間佔用。

- 控制時長，信守‘只聽一下’承諾。
- **特殊情況**
- 如果對方時間緊張，如何辦？提出明確時長上限，並允許改期。

利益點重申與調整（方案匹配）

> 當某方案不適配，轉為更輕鬆、低負擔的選項，重申關鍵利益點與具體數字提升可信度。

- **關鍵點**
    - 不影響生活水平為原則。
    - 可讓我們一輩子有錢的長期性價值表述。
    - 一期理賠100%。
    - 男性的定義（男性承保/條款定義，作為區隔點）。
    - 可加上獎杯（獎勵/榮譽）作背書。
- **講解**

  用具體利益點與數字能迅速建立專業可信度。若客戶對高理想方案反感，換成輕負擔方案更易被接受。

- **Examples**

  > 如果一個項目不行，你就先說太理想不推，改講輕鬆、不影響生活水平的配置；補上‘一期理賠100%’與‘男性的定義’等具體點，再視情況補強獎杯背書。

    - 先撤退理想型
    - 改推輕負擔型
    - 用數字與權威增信
- **註意事項**
- 數字與定義必須準確，避免過度承諾。
- 以客戶現金流承受力為優先。
- **特殊情況**
- 如客戶對‘100%’敏感，如何處理？即時說明限定條件與適用場景，避免誤解。

柔軟拒推與誠信框架

> 當客戶極為強硬或資深（如Uncle），表明若內容不配合就不會建議其聽，以誠信換取傾聽機會。

- **關鍵點**
    - 語句：如果內容不是真的配合到你，那麼值得你聽，我又何必建議你聽呢？
    - 先坦白後建議，降低對抗。
    - 以客戶利益為主軸，避免強迫。
- **講解**

  面對強勢人格，硬碰硬無效。用誠信表態可化解對立，並提升專業形象。

- **Examples**

> 對Uncle類型客戶，先肯定其坦白，接著說：你都說得這麼清楚了，如果內容不配合你、值得你聽，我何必建議你聽？

    - 先尊重
    - 再誠信聲明
    - 創造被允許開口的空間
- **註意事項**
- 用詞需謙遜，避免刺激對方權威感。
- **特殊情況**
- 若對方仍拒絕，如何處理？簡潔收束，保留下次聯絡點，不糾纏。

雙版話術融合與分級施力

> 把主話術與以退為進兩版內容融合，分兩輪輸出：第一輪輕、第二輪重，視反饋調整強度。

- **關鍵點**
    - 第一次：輕量版本，重點在同理與低承諾。
    - 第二次：加強版本，面對大聲、強硬拒絕時加入更明確的讀心與以退為進。
    - 目標：讓客戶願意說‘聽一下也可以’。
- **講解**

  分級施力可以在不觸發防禦的前提下逐步推進，根據客戶回饋即時調整，以達到最終‘願意聽’的行為目標。

- **Examples**

> 情境1：客戶說已經買了，不用。你用輕版同理＋聽一期。情境2：客戶很大聲、很惡地說不用。你用強版讀心＋以退為進收束。

    - 先輕後重
    - 觀察—調整—再嘗試
    - 以‘願意聽’為判準
- **註意事項**
- 控制時長，避免糾纏。
- 每輪結尾提供退出台階。
- **特殊情況**
- 若第一次即成功，是否還要第二次？不需要，直接收斂並安排後續‘一期’。

作業或建議

- 於2026-05-12當天課後，立即選擇至少1位Warm名單對象嘗試應用課上學到的開場與切入話術，並記錄對話反饋與自我復盤要點。
- 本週內完成最少3次Warm接觸嘗試，覆盤哪些措辭有效、哪些造成阻力，並調整下一輪話術。
- 下次上課前準備個人化話術稿兩版（不同年齡/職業各1版），帶到課堂進行演練修正。
- 每日課後完成講義正方形框框check point自我檢視
- 儲存講師電話以接收WhatsApp群發，留意上課與補課通知
- 遵守六節不遲到早退、簽到簽走、衣著與手機/錄影規範
- 依課堂教學逐節練習讀心術與異議處理，至第六天進行打電話實戰
- 針對朋友/客戶抗拒場景，準備並演練下一步話術流程（於下半部課程提供具體框架後立即套用）
- 將與客戶互動的“推銷說法”全部改寫為“分享利益說法”，並在未來7天至少實踐3次，記錄對方反饋。
- 列出你目前的3個心魔（如怕被拒絕、怕失敗、怕被貼標籤），對每一項寫下具體觸發情境、身體反應與替代行為。
- 若你有親友客戶，建立一份1頁的市況波動FAQ（含TNP/GP常見問答）、回應SLA與每月/季度更新模板，於2026-05-19前發送並取得回覆確認。
- 自今日（2026-05-12）起至未來5天內，針對至少1位客戶實際運用『先想聽、再想要』的兩段式溝通並記錄異議。

- 在第六節課前，準備一份市場vs方案的數據對比（包含高端醫療 vs 一般醫療，列出『四十多萬』與『一千萬』差異），並練習將條款轉譯為利益（如每月30000元收益、5年生活費）。
- 熟練填表流程，模擬封單過程，目標把封單控制在1個多小時，記錄卡點與對應話術。
- 整理3個常見異議（如『沒錢』），撰寫把拒絕理由轉為購買理由的回應腳本，於下次課分享。
- 請在2026-05-13前完成：準備一份自我介紹詞，能在30秒內清楚說明你的專業與業務範圍，包含名片元素（中文名/英文名/MDRT LOGO/服務清單）。
- 請在2026-05-16前完成：列出你現有客戶/朋友名單中可能忽略找你購買旅遊保險的對象，主動聯絡並提出行前保障檢視，至少完成5組對話紀錄。
- 請在2026-05-19前完成：與同事進行至少3輪兩人一組話術演練，每輪專注1個主題（危疾定義差異/高端醫療100%賠付/退休現金流引子）。
- 請在2026-05-20前完成：挑選3位已購客戶，約見進行『為你利益著想』的保單檢視，針對癌症一期定義、醫療總額封頂與自付風險做條款對照。
- 將兩版話術拍照或整理至手機（ARCAD/資料庫）備用。
- 進行2次二義情境演練：第一次輕量、第二次加強，特別針對“我已經買了/不用”與“很大聲拒絕”。
- 演練目標明確化：讓同伴在客戶角色時，願意說“我也會聽一下”。
- 把“如果將來我不告訴你，你會怪我”等固定句型練成口頭禪，在不同情境靈活套用。
- 整理產品利益點清單並標註關鍵數字：例如“一期理賠100%”“男性的定義”等，確保表述準確可核。

2026-05-05_warm_call_Day_1

2026-05-12 18:01:11

00:00:00 Speaker 1
如果你要用Wi-Fi，你先掃描Wi-Fi。沒有走錯過，對嗎？Wall Market，是否全部簽到？在門口簽到。離和走都需要簽到和簽走。否則不會給你們GPD分。不知道你離了，行嗎？我應該看到，但你真的要申訴。

00:00:32 Speaker 1
OK了，對嗎？不用用了？好，那我…等你吧。好，我是Wing，先介紹一下自己。曾經有誰上過我的課堂？什麼課堂也好。好，上過的，是否都是上新人班？有些同事，是否全部都是上新人班的？不是的，上最佳課程的。最佳課程都是新人班這些人。Wing主要在AIA現在教三天最新型班，

00:01:04 Speaker 1
教上加課程，以往也是教Core and Worm Workshop，這個Worm Workshop，我等一下先講一下歷史，即是很久久久的歷史，Wing在，因為都多人認識我，可能都聽過我自我介紹，Wing在AIA其實已經20年了，在AIA我已經20年了，我在以前都是你們來的，都是前線同事來的，都是agent來的，我97年開始做agent的，

00:01:37 Speaker 1
即是不用告訴我多少，特意上課時，我也會染黑色頭髮，你也不會覺得，所以我們見客也好，有時。我希望這六節，我不知道你們為何會來，待會兒也會問問你們，我希望這六節裡面，走的同事都是有得著的，拿到東西是馬上用的。今天，大力一點，今天走的同事，你已經有東西可以拿走去用，不過，你是不是真的用是很重要的。

00:02:10 Speaker 1
好，那我問一下你們，不如請坐，前面也有些位置。好，請坐。那我問一下你們，為何會報名？知不知道要收錢？知。為何會報名？你們。我這樣問，是同事所願報名的舉手，即是堅持你報名的？

00:02:41 Speaker 1
嗯，大部份都不是，大部份其他同事自然有一個，為何會報名，叫出來就可以了。嗯，我忘了你叫甚麼名字。我叫添宗添淑仁。嗯，添宗，即是給一個E-mail吸引的？不是，因為我上過你的課，我覺得你說得很好。你知道這個是我教的嗎？你自己上課就知道了。其他呢，都不，只有三分一、四分一上過課，其他同事呢，為何報名？

00:03:18 Speaker 1
上次叫你報名的，都是referred過來的。上次有沒有上過我們的課？不知道。好，還有其他同事呢？有同事是因為要收錢而步的？為什麼？我想訪問一下。AIA有幾個課要收錢？嗯。對不起你們。

00:03:49 Speaker 1
那我也應該，錢其實很少的，說真的，幾百元，是不是？但是，我等一下會講一下我們這個課的歷史，為什麼要收錢，為什麼一屋子都貼著收錢。好，所以我那一課，給了錢來，相信你們都有要求，是不是？都要收錢的，不會沒東西拿走的，是不是？你對阿Wing，對課堂有要求，不要介意，我對大家都有要求的。

00:04:21 Speaker 1
在我課堂裡面，只有兩個人，一個就是阿Wing，一個就是……所有我問問題的時間是需要回答的，需要有反應的，否則你會去得很慢，我也不知道你割搜了多少的。我們很輕鬆的，你跟朋友在聊天，這樣回答我就可以了。我先說一下這個課堂的歷史，以前是co-envolved workshop，因為我想問一下，其實有多少同事聽不懂廣東話的，

00:04:54 Speaker 1
不懂廣東話的，只懂一點點的，為何不是聽不懂？你聽得懂的嗎？聽得懂的。聽得懂的，好，那我考你多一點吧。好。那應該可以的。你都可以的，是嗎？都順勢地說吧，我們都是這樣，普通話是怎麼說的呢？說一下就可以了。好，所以你看阿Wing的普通話都是一句，但溝通度就很厲害。

00:05:26 Speaker 1
阿Wing完全沒有學過普通話。我以前做A專的時候，我會有個大陸的客人找你講普通話，你見不見？我完全不認識，因為我怕跟他講，他會笑，所以我會簽名。不過你要有些東西要厚著臉皮。好，那我先回來，你們報這個課，我想了解你們多一點。首先在你們的年資瞭解一下。

00:05:56 Speaker 1
有哪些同事是三個月以下的年資？三個月以下。沒有的？有的。半年以下？三個月以下。好，一年以下？OK。兩年以下呢？嗯，OK。兩年以上呢？有沒有五年以上呢？十年以上呢？

00:06:28 Speaker 1
我想給大家看一下，其實我這個堂，什麼人都有的。但是都是大部分是，一年以下的同事，我想一半以上都是一年以下的同事。那哪一天的同事，訪問一下，為什麼會報這個堂？都是因為電郵的名字，誰介紹你的，你自己看了覺得。

00:07:05 Speaker 1
老闆，你做了五年以上，是否有舉手？十年。老闆十年後才推薦你來？同行轉過來。哦，明白了。你在我們這裡就沒有這麼久，你做Agent，做顧問就有十年了。明白了。大家都知道不要介意Junior這位同事，因為這個課堂大部份都是Junior這位同事。

00:07:37 Speaker 1
有些東西你們可能會覺得淺，例如，如果我說藝術，其實有些很新的同事連藝

術包什麼都不知道，我可能有一點點子要解釋一點點，但大部分，其實待會給影片你看到很專業的同事都有報的，我問你們就是想中間做一些填寫在課堂裡面，希望真的適合大家用，好嗎？好，那我又說一下這個課堂的歷史，這個課堂Cold and Warm，以前是Cold Core加Warm Core一起做，

00:08:12 Speaker 1
是九節的課堂，即是九個半的，那幾時開始的呢？這個課堂是怎樣的？這個課堂做了多少年。

00:08:24 Speaker 2
猜猜看。二十多年。

00:08:28 Speaker 1
她剛做完，要做完A獎項目。那始終不是我來的，不過還是沒有二十多年，這個課程做了16年，當然中間會有更新的內容，但我們課程的日數也有調節過，以前是9節，CALL和WARM一起教的。有沒有人上過CALL的課程？都有的，多久之前上的課程？

00:09:00 Speaker 1
兩三年前。兩三年前，你現在才報WARM？好，CALL的課程，現在很少人打CALL，所以我們暫時沒有教CALL，因為現在限制的東西多了，但不容易。你打個電話，別人打給你，你接不接？都先給iPhone男一男，要先問他是誰，你才決定接不接。公司的方式不作用，所以CALL暫時就沒有了。

00:09:34 Speaker 1
不過我想說，你上了Walmart是真的拿到東西的，我擔保你已經夠做了。其實為什麼要做call call，很多人是因為不夠客見，才做的，如果夠你，未必會想的。但是這裡，我們16年的歷史，16年當然不簡單，這個課，16年工資都給你繼續開，而且課不課都爆的，我現在不是很多時間教，因為我要教新人班，三個月我才開一隻，

00:10:05 Speaker 1
所以你看我這件也不是很多，但是我每一次都是顧的，這兩個可能遲到一點，課室其實坐33個人，見到後面那些人不好意思，好像僭建一樣。坐33個，但我都大膽地開了36、37個，因為有些同事會突然間不出現，所以我想讓多些人參加，所以設定了這麼多，基本上都是要坐會的。

00:10:39 Speaker 1
剛才同事說過收錢，你們會不會因為收錢而報，還是因為收錢而不報？你們有沒有卻步，因為收錢？有一點點的，為什麼現在來？太少了吧，因為那600元。其實收很多的。收很多的，我看過你拿銀紙，10倍、100倍。但是你為什麼卻步。

00:11:07 Speaker 2
因為我們的書籍看到這些東西，看起來就像是傢俱一樣。

00:11:32 Speaker 1
不懂得怎樣跟他們開口，不懂得怎樣講，所以希望在這裡學，是嗎？反正都是朋友，不如卜位試試吧。就是不要介意吧，你放心吧，只會霸佔他們第二口。這不是Batch 2那樣，我都數不到多少個Batch了，其實已經。你想想16年以前是個個血都開，因為以前是有三個訓練員教的，現在的訓練員都退休了，

00:12:02 Speaker 1
所以只剩下我一個人在這裡教，所以暫時我只可以三個月去開班。那我先回來勤奮一下。要收錢，如果有機會給一些影片看，很多同事是因為要收錢。一定有些東西，所以他來報的。那為什麼我堅持還是要收錢呢？有沒有同事想過我的World Market是3 workshop那一節的？我上年做了4節，因為公司追MDRT，

00:12:34 Speaker 1
我做了4節是免費，不過是3個小時而已，做了4堂，有沒有人報過那個？沒有的，因為那個是3的，即是在那個Workshop之後，我更加覺得是需要收錢的。3 workshop你估計，一放出街，enroll 多久滿？我一班收80個人。估下多久？滿了一個enrollment。3日？4日？3個小時多了。

00:13:07 Speaker 1
因為不用錢，不收就收錢，如果報開那些同事，報歌那些，就會寄給同事補，但你想想看，如果這個課我開得這麼少，人數又給不了這麼多，我開過不收錢，我不知道你們會不會。我很想收一些學生是你很想來拿東西的，你真的對自己有要求，所以你們來做這個課程，因為我覺得這一班其實就是36個人，我們最後一個時刻是，那你見到我都有發訊息給大家，

00:13:38 Speaker 1
大家都有說來的，36個人裡面呢，我的身份證其實出了兩個星期左右，其實都敷了，這36個同事裡面，所以你們覺得收錢是否收錢好呢。

00:13:53 Speaker 3
收錢好，收了錢，你才更加用心去聽，如果你免費的話，有些人可能不在意你。

00:14:04 Speaker 2
我覺得很痛苦，所以我繼續收錢。

00:14:06 Speaker 1
因為，心姐，一，你們有要求，你們才來的。二是，如果都是覺得上課的同事不會來的，那些同事不會過來的，因為要錄製，多不多時間？對你們來說，很多的，是不是？但上完之後，你覺得不夠的了，但是暫時給大家錄製，好嗎？好，那快點開始我們課堂裡面的資料先。上完課後，除了我剛才所說的，你對我有要求之外，我對你有要求之外，就是手機、iPad，儘量買下它。

00:14:40 Speaker 1
我一定會找你們，如果你正在用的時間，我會看看你，關心一下你，做什麼事，是不是有事要幫忙的。先少人後君子在這裡說一說。上課的兼職，我暫時

沒有打算讓你們來的。你只會在這裡拍攝，行不行？為什麼我不讓你們來？你都擔心吧？謝謝你。

00:15:11 Speaker 1
我也有原因的。有一班其實我們真的試過給，不過那一班，因為我們要計算KPI做了這麼久，要保持著做，那一班是成績最麻煩的一班。我想問一下給PowerPoint，你會不會拿出來看？有些人會，我想多數都不會，都不知道放在哪裡。我想你拍下來，你一直拍有用的東西，

00:15:42 Speaker 1
寫在旁邊。如果給PowerPoint你覺得，我聽了，OK，我回去再看，你不會看。所以那班同事的成績是最麻煩的。你們覺得有用的東西，是否會先拍下來，是否會先寫下來，對你們的作願才會最大。所以暫時我也沒有打算給你們。如果你真的覺得有用的東西，就先拍下來。當然，剛才同事說的也是一個concern，就是怎樣做，發了出去，其他人也拿到了，對我不公平。

00:16:14 Speaker 1
又不是對你不公平，對我們有一層不公平的，我覺得。因為為何說不公平呢？不可以用不公平這個字，我這樣去形容。你如果拿著Wall Market的PowerPoint，你未上過課的，那你會不會好啊？你覺得可能看了，咦，我認識了，其實都未必對你不公平。我告訴你，PowerPoint裡面有的東西，和上課真的拿的東西，我想都沒有一半。

00:16:46 Speaker 1
因為是口傳的很多東西。很多東西會經過部分給到你，一些心法的東西，好嗎？所以我們有需要就拍下它。好，那我真是和你落實去，我們做保險的東西了，好嗎？那心態是重要的，所以一開始我需要有一點時間去團結一下大家。好，那我想問一下你們覺得保險是一個什麼行業啊？聽不到？銷售行業，是不是你說的？

00:17:17 Speaker 1
對不起，你？哇，好深啊，銷售行業是對的，還有呢？銷售的行業，還有呢？對人的行業。好可怕的一件事，即服部的行業。真的假的假的，你收我女兒的話，我們全部人都同意的，不過那個行業變同意。客人覺得你好像誇獎了一點，但我們自己要有的，

00:17:48 Speaker 1
我們這個心要有的。有些同事說保險是金融，很簡單地說，金融的範疇，但同事覺得很正確就是，那句英文是什麼？我中文其實很類似你所說的，一個對人的行業，同樣一樣，對人的行業，你不要想著我給你一些PowerPoint，你就可以懂得用完它，讓他可以做得好這一行，我給你多少PowerPoint你都沒有用的，

00:18:19 Speaker 1
如果你不懂得運用說話的技巧，或者對人處置的技巧，對人的行業，所以稿我

會給你很多，對著稿，電影都要有的，上堂稿，但稿是你的，人是生的，給了多少稿你，不等於你，當我給你那套稿是給年輕人的，你拿出去對著年青人，你是否完全用到那些稿子？

00:18:50 Speaker 1
不是，因為是人的行業，每個人都有不同的職業，不同的歲數，不同的經驗，其實都影響到這個客戶後面的東西，所以我在課堂裡面會跟大家分享，好嗎？好，那我…不如打開一下你們的耳朵先，我經常都說，這一班Wal-Mart和Coco，是要計算KPI的工資，都要打開你的耳朵先，告訴你以往的成績先，這十幾年我們有過，工資每一年都會有一個。

00:19:22 Speaker 1
基準業績的增長的，同事業績的增長的百分比，我們相比起，對這個課，相比起工資每一年的平均的數，比較我們上了Wal-Mart的同事的數，你覺得是多些還是比較少？多點，多幾度呀？說個數出來呀。30%50%不敢說了。

00:19:53 Speaker 1
30%幾度呀？說一下，其實不用付錢的。不用付錢。四季不滿意了，是吧？幾倍呀？幾倍，幾多倍呀？300%答案是570%570%就是說笑了。即是很保守的，說這個數字出來。因為你們是有要求選來的，是吧？我想問一下，有些同事好一點，

00:20:24 Speaker 1
有些同事沒那麼好，是吧？為什麼有些同事好，有些同事沒那麼好呢？上了我們的課堂，也有些同事做到，有些同事做不到，同同意而已。一班要36個人，為什麼有些做到，有些做不到？執行力可不可以再精準一點？

00:20:59 Speaker 1
做和跟著做，做到的同事都是有做和有跟著做。聽的都是一樣的，聽了不用不做是幫不了大家的。你走到今天，完了這個課堂，出去見一下，已經要開始用的了。你每一節都要用，你就會熟悉的了，好不好？如果你不用，你放在這裡，是幫不了你們的。好，不如我講一下，派給你們的那張紙，是不是？各位同事也有的，好。

00:21:31 Speaker 1
我們看看我們的課堂裡面，這六節裡面其實大約那個內容我寫了給大家，每一節會講些什麼。如果沒有特別的話，其實我都會跟著這個觸控去跟大家講的。我們看一看第一天到後面第六天，每一天的內容你可以回去看，不過你看到前面有個正方形的框框，正方形框框就是我回去，你每一天完了之後，你幫我看一看，你是否真的拿到我說的那些東西，

00:22:03 Speaker 1
你拿到你就聽一聽，如果你到之後那天，你說上一課好像有些東西不太明白，或者你回來問，好嗎？首先我去上面那六點，告訴你這個課的精粹在哪裡，第一，看癌症的定義，如何帶出無限相機，知不知道AIA癌症的定義是很好的？

有些人知，有些人未知，課堂會告訴大家知，好嗎？另外就是醫療保單，我們現在是講高端醫療的，高端醫療怎樣可以令人安心無憂，

00:22:36 Speaker 1
或者很多客人都告訴我們他們買了醫療，甚至乎公司有的，那我們用甚麼角度去切入他們的醫療保障方面呢？利用不一樣的角度令客戶願意儲蓄，儲蓄我們會有一個夾萬圖和大家分享，亦都有前中後展和大家分享的，那這個是……我是抽取了這個儲蓄這節出來做上年那個free workshop，

00:23:06 Speaker 1
不收錢的workshop。上年11月那班我做了一個儲蓄，三個小時出來做，那個數很誇張的那些同事，那班好像有四十幾個人上，下個月，因為年尾當然也是因為，他們的數是在說600%的增長。是有十幾二十個，同事是說簽到的數，那個月是超過六位數字的FIC，

00:23:37 Speaker 1
但是看你們錄得好不好。另外，以外的單點有提升健康的存有率，那兩個是每一天裡面都會說的，提升隔空銷售技巧，以及保險自維，意義處理，以及讀心術。什麼叫讀心術。

00:24:01 Speaker 4
《讀心術》，大家聽得到嗎。

00:24:12 Speaker 1
是，這裡好像很誇張，《讀心術》是一個魔術卷，意思是你怎樣去想到客人的想法，其實這是很重要的，客人未講，你已經想到，你講了出來，客人覺得你知道我在想什麼，你代入到我，你明白我，所以《讀心術》我會在這六節裡面慢慢每一節給大家，好嗎？好，那check point你回去看看，

00:24:45 Speaker 1
我每一天會和大家去的，講了check point，我又講一些你們必須知道的東西，上課我們有些給你們必須知道的東西，首先，六節裡面沒有遲到、沒有早退，我會有十五分GPT分，每一天是兩分的。不過今年也很棒。

00:25:09 Speaker 4
今天真是監獄。

00:25:20 Speaker 1
必須要遷到和遷走，外面有同事，你們走和來到。另外，我未必會提到你們，因為同事稍後就衝剎出來，你們自己自動押離和走來。衣著、球鞋要換掉了，明天，之後回來就荒蕪僵靜。不要留位，不要罵位，大家都是成年人，手機不要拿出來，不可以錄音，不可以錄影，

00:25:52 Speaker 1
不可以拿出來，上課我說的時間，希望你們可以集中。都是為了你們的助上，說真的。你想想，你拿了手機，別人發訊息給你，in chat 給你，你看不看？你

還要看看，是吧？看了，就聽不到我說那句話了。我的part point 又拍不到了。還有，你看了，你沒空回覆，客人有什麼感覺？靠錯，看錯了，不回覆我。所以你就一次過告訴他，我上樓，給我展示，

00:26:22 Speaker 1
這樣就可以了，好嗎？另外就是不可以錄影，OK？好的，我的電話剛才大家都儲存了。你要放在你的封箱裡，因為我接著再發訊息，是用群組發放的。你一定要儲存在你的電話裡，才可以收到我的群組發放訊息。好的，好，那…那…那…那…你們下午班，如果十二點之前影取下去，你都會…要上學的。當然，不用擔心，一定會在WhatsApp 找你。有沒有人沒收到過我的WhatsApp？

00:26:56 Speaker 1
你沒有收到我那一隻嗎？沒有。沒注意而已。你沒有那一隻嗎？等一下我找你出來。有一個人我還沒拍到。這個我會拍在訓練組放學的時間。好，我給大家看一些影片。想告訴同事，這條影片，你認識他嗎？有沒有人認識他？

00:27:26 Speaker 1
沒有人。他沒有人過來。這個同事上年年尾，不知道是上年還是前年。是上年年尾的Badge。上了，為什麼我會記不住呢？因為他剛剛過一次來。上年那個Badge才來。我說你留下他的位置。你留下吧。很漂亮，我要你。不過他穿得很好。你說好人不至於大家好下去，不過你看他都是很年輕的同志，希望不對，這班你們今次我們World Market，

00:27:57 Speaker 1
其實都不是很多很年輕的同志，但有，你們怎樣都不夠我老，說真的一句，即是很年輕，即是二十多歲那些同志，很多真人媽是會有的，但這班不算多的，這個同志是一個讀書演做保險的人，現在才剛讀完書那隻，二十幾歲，大家想像一下，我們聽聽他上完之後的感受。

00:28:23 Speaker 5
我們是來自PSB的區域，他們對我們有很多培訓，我們可以見到他們有很多不同的訓練項目。當我上這個課，我以為其實都是教一些產品的功能，可以教一些產品的比較，但我發現不是的。我覺得Wall Market這個課，它不是硬件上的東西，它在等待我們的腦，而是它實實實實去解決我們內心面對的心，以及如何由心而發，是用理論真實去銷售這個產品，

00:28:53 Speaker 5
讓客戶去幫助，客戶去解決他的需要。其實我覺得這個課，是每個新入職的同事，甚至舊同事都很值得去上，原因是它是可以很實質解決了，我們每個人內心面對的心，我們都會有自己想不通的地點，或者說是要拉負這個角度，站在自己內心的心中。如果教怎樣去銷售這個寶珠奶的產品，其實呢，它是在其中一個產品裡面，它都較多，我自己一套很新鮮的技巧，就是怎樣用夾萬圖幫客人有步驟去儲到錢。

00:29:29 Speaker 5
不是空談，是一個概念，而是真的有一個工具，有一個步驟，是真的可以用這個方法去儲到錢的。我就立刻去約客，然後每次要見客人，如果有生意的話，去清水、清洗、洗澡或者醫療補丹。看上下，一堂約客在三個月內都花了大約五到六萬的FYC。到期後，那些客人都有自己介紹給我，他都介紹了他公司的老闆，再跟我去買醫療補丹和洗澡補丹。如果大家想我怎樣將保障產品擺得這麼有溫度，以及怎樣用盡密度幫客人去儲到儲蓄的習慣，

00:30:07 Speaker 5
那就一定要上阿冰這個課了。我未上這個課之前，我都會做得很吃力，但是上了這個課之後，我終於知道，原來做保險的確是有一個方法，是真的不用做那麼辛苦。謝謝大家收看，下次再見。

00:30:21 Speaker 1
為什麼她的口形不太一樣呢？好像卡住了，她錄給我的，不知道為什麼卡住了。那她叫什麼名字？其實她的耳朵也很重要的，就是見客當中，所以都想練習一下順便。她說了什麼？有什麼關你們的事，想問一下？想不想學她？嗯，很膽怯問號。還有呢？打開心魔，大家有沒有心魔？有沒有人覺得自己沒有心魔？

00:30:52 Speaker 1
沒有人敢去的，其實我也有的，是不是？好，還有呢？聽到什麼？拉住國道是什麼來的？我想說在這幾天裡面慢慢說給大家聽。因為我在上課第六天會叫你們打電話的，

00:31:23 Speaker 1
怕你，要不要走啊？你看那邊，你走了你就走。我今天已經選了一些，因為我想選一個年輕一點的同事給大家。有些影片你看到，打完之後做了十幾二十萬的連續幾個月多，你又不會這樣說的，因為年輕的數字，你聽起來好像不是很多。因為上課其實我給很少時間大家打電話，打了當中已經做了五六萬數了，他已經告訴我們。放心吧，去完這六天才叫你，

00:31:53 Speaker 1
第六天才叫你打電話，是有原因的。到時候你已經有信心去打電話了，行不行？好，那就上課了。很多，尤其是新鮮的同事，最最後我上課，沒有錢到的最最後那一段是因為……很多同事都是這樣，覺得很辛苦，不知道怎樣做。只要你學完我們課堂內的東西，其實保險可以做得很豐盛。我又未夠膽這麼偉大講菩薩之類的東西，

00:32:25 Speaker 1
但真的有我們這個行業，真的帶給很多朋友一個安心，好嗎？好，我們多看另外一個影片。另外一個影片是一個Zinnia的同事，都在另一間公司轉過來，不過也轉了很久。一個Zinnia的同事給你聽了，再問大家。

00:32:45 Speaker 6
Hello，大家好，我是Lindsay，Lindsay Wong。我是Big Tree District的一個Brunchman。今天我很榮幸被邀請來分享一下，我上CO-CO課的一些分享，一些感受。為什麼呢？因為那個月，我上完那個課之後，一個月我就平平凡凡跑了十四個月。這令我自己也很渺茫，因為在課堂上學了很多我以前不知道的技巧，

00:33:19 Speaker 6
令我在那個月跑到外面去見客人分享，是一件非常漂亮的事，所以我也非常鼓勵我的下線同事，他們入職後三個月內，我都會邀請他們參加這個合作，令他們的心態和技巧，對公司產品的深度認識更加好，

00:33:50 Speaker 6
我看過去這半年，我亦看到他們的思緒，他們的活動，還有他們的口才，真是做不落油。我其實在這個行業已經做了十四年。這一間公司，其實我做過兩間公司，但是我這麼多年，我已經在九年NDLC了，但是我發覺，我在這個課程裡面，

00:34:21 Speaker 6
我還有東西是學到、得到，令到在我的天黑的時候，我的話題，還有在我的技巧上面，也更加提升了。而我學到的東西，其實真的終於在我心裡面，現在我覺得更加純熟了，在我的天黑上面。因為有些客人，不知道為什麼，很熟的，都會走到做不到的，但是現在是一定不會給這些機會走，

00:34:54 Speaker 6
因為學到的東西，你真的很急不及待，想去跟我的朋友去分享。所以我鼓勵，無論是新進的同事或是你已經有一定年資的同事都可以用一些時間去上這個課，我肯定你會有得著，謝謝大家。

00:35:12 Speaker 1
好，他叫Lancy，有沒有人認識他。

00:35:16 Speaker 3
我認識他，他跟我古國分區的。

00:35:19 Speaker 1
他是你的領導人嗎？Lancy多久了？很久沒見到，你當初見到他嗎。

00:35:29 Speaker 3
當初見到他，每個星期一開早會他都會在這裡。

00:35:33 Speaker 1
好，我聽到Lancy的什麼？我以前的工作室的名字就不叫做Wall Market，是Cold and Warm的名字。所以久之外，我教Cold教Warm的，Warm的其實是我們這裡自己的東西，不過現在就沒有教Cold，所以我沒有買Cold的東西，但

Warm的東西是一模一樣的，當然會有更新的東西。那你還聽到什麼？她做了九年的MDLT，是她在聽樂部中做過的一件事嗎？

00:36:32 Speaker 1
她是自己上過課，上了課後才說自己是同志，同志才放心放她過來上課。她十月上課，已經完成MDLT，她那一年上完課後，12月底結帳，你猜猜她做了多少帳？十個月追蹤了MDLT，之後兩個月，那一年賣單有多少數？

00:37:03 Speaker 1
多一個MDLT。差不多了，除以2.5個MDLT。微增的MDLT差一點點。但那一個多月的時間，其實可以爆發很多東西出來。大家不要太少。由於他這麼年輕，其實已經有很多黑仔了。但我常常都說，如果工作很久的同事，不是沒有客人見面，而是我們見不見的客人。有時他未必會有錢買，我們就不見了。

00:37:37 Speaker 1
但你上課時，可以跟他們分享很多東西。你當作服務形式給他，那些單就會回覆。所以很多同事都會有同事在場。你想學他嗎？還有幾個字我覺得他講得不錯。一個字字詞語，你們記得嗎？上課後他怎樣？急不及待。急不及待去用你課堂裡面的東西。你學了，你真的覺得有用，

00:38:09 Speaker 1
你都會急不及待想試試。所以今天完結後，其實有東西你已經可以。因為有很多同事告訴我們，不知道你們有沒有呢？問問你們，有很多同事都會說，尤其是新同事，不是你們，其實我出去那些咖啡店，每次都見到那些新的面孔，即是年輕的那些A人，他隔壁坐客人在那裡，客人跟他說，通常這些都是朋友來的，坐下來，他想說保險，然後朋友客人說甚麼？

00:38:41 Speaker 1
你不用說了，我買了。這個算好的了，有些更噁心的，那些更噁心的，那些怎樣說的？很多人說我。不要推銷我。對，不要推銷我，或者你不要再說了，再說我就走了，你吃飯就吃飯，這些都有的，但是下一步你想說甚麼？你就吃飯吧，算了，吃完餐就走吧。那我今天會，稍後下一節二影，下半部會告訴大家怎樣去處理，好嗎？

00:39:13 Speaker 1
我今天希望可以側側幫到大家，一定有這些，我剛才說的那些情況出現，對嗎？就算很熟的朋友都會，都是差不多的感覺，但是你下一步你會怎樣呢？就繼續吃飯吧。不知道說什麼了，是不是？update一下什麼？update一下，就是不關保險事的，對嗎？不敢說保險的了，已經，因為他已經告訴你不要再說了，對嗎？

00:39:43 Speaker 1
那我今天會有，你跟著我做，其實跟著這個，就已經做到的了，好嗎？好，那我來了，開始課堂，很重要的位置，首先，先搞定你們的心目，心目那邊也有

的，剛才，個個都……問你一次，是否沒有手？在開始的時候，要解決你所想的問題。心魔意思是入行後，

00:40:14 Speaker 1
在保險中有甚麼令你難行，或是有甚麼想法令你感到感動？也算吧，算吧，這樣吧。有沒有心魔在你內心告訴你，可以將它寫出來？那是被客人拒絕。嗯，怕被拒絕。

00:40:35 Speaker 3
是。

00:40:37 Speaker 1
他通常會甚麼拒絕？他會說甚麼？保險。這是誤處理。這不是心魔。同意嗎？這是保險。心魔？不知道。這個我怕被拒絕。聽不到，是客戶的廉恥，你覺得自己未夠了。

00:41:06 Speaker 3
其實自己是一個方法，對方也會這樣想，例如我找了十年，找了一名Leader去做評判。你做了多久？四個月。

00:41:17 Speaker 1
現在不像了，大家看看這個同事，他貼上了這個，你多了，只是心魔而已。
好，心魔就是怕自己不夠料，怕自己不夠專業。

00:42:03 Speaker 7
即是已經擺了一個Tag在自己身上。

00:42:07 Speaker 2
例如呢。

00:42:09 Speaker 8
你覺得你缺錢的，那他為甚麼要光顧你。

00:42:23 Speaker 1
你的心魔是甚麼。

00:42:24 Speaker 2
心魔是你覺得別人對你的瞭解，就覺得你是好玩樂。

00:42:30 Speaker 8
可能是標籤的法律。標籤，即是標籤。標籤是甚麼。

00:42:35 Speaker 1
標籤就是覺得自己被人標籤。應該這樣說。覺得自己是好玩樂，因為你以前的理想。覺得自己好像推銷人，好像沒有意思。

00:42:49 Speaker 7
其實都是第二種。

00:42:56 Speaker 1
是你自己覺得自己，還是別人覺得你呢？心安是來自自己的，不是別人怎麼看你，是怕別人怎麼看你，怕別人怎麼看你呀。

00:43:11 Speaker 8
是不是這個意思呀？應該怎樣去形容呀？自我形容，被處理。

00:43:24 Speaker 2
心大有些學到理真，做完理真。

00:43:36 Speaker 1
意望定了位，失水之意。其實如果我用講去講呢，你都是怕別人，說你笑他而已，對不對呀？他領頭呀，當事人呀。你害怕別人覺得你是吃汗玩樂，

00:44:09 Speaker 1
突然間轉了行，你平時不認真嗎。

00:44:23 Speaker 8
現在呢。

00:44:30 Speaker 1
我有問題，你貼好了就貼那些吧，沒問題吧？不過你玩當中，加多了在辦公室玩，在客人面前玩，最近罰單的時候玩，真的嗎？所以就是，你以往定了為自己，對嗎。

00:44:54 Speaker 2
會不會呀。

00:44:57 Speaker 8
所以，你上課後才可以解決你的心魔。

00:45:01 Speaker 1
好，繼續。有沒有其他行事要說？你呢。

00:45:06 Speaker 9
藏業風景。可能是大部份人類，特別是有很多天然智慧，他們會覺得，有可能他們的門檻很低。這是很正常的。在香港，在職業上，你會見到很多這種情況。

00:45:20 Speaker 1
你的心魔是甚麼？怕別人會覺得你便宜？對，就是一個低門檻的專業。即是又不夠注意？對，不夠注意。怕客人怎麼看你？心魔。我也是。來來去去都是第二點。

00:45:43 Speaker 9
其實我怕你拒絕，還是怕別人怎麼看你。

00:45:49 Speaker 1
其實全部都是怕別人怎麼看你。暫時。有些同事不是這樣的。暫時哪裡都是怕別人怎樣看你，心魔是不知道別人會怎樣看我，對嗎？還有沒有其他。

00:46:07 Speaker 7
其實我也有點怕自己可能花很多時間，或者是聽很多講座課程，但是我未必達到我想要去的那一位。

00:46:20 Speaker 1
不是，你的心魔不出去見客的原因。所以…不出去見客的原因。

00:46:27 Speaker 7
我覺得自己未是接觸的。

00:46:32 Speaker 1
我相信也是，對嗎？嗯，Herbert你試試說說，你有沒有心魔。

00:46:40 Speaker 10
怕失敗是不是。

00:46:44 Speaker 1
怕被拒絕？怎樣失敗可以詳細一點嗎。

00:46:57 Speaker 10
因為可能以前做的行業或者自己做的事是跟這個行業完全無關的事，但自己再出來做一個新的領域的時候，那個失敗或者成功感可能會加大了。

00:47:12 Speaker 1
嗯，那阻止著你去見客、找客的原因是什麼。

00:47:19 Speaker 10
可能就是自己將自己定位在之前的位置，你突然下來做售貨的時候，你自己可能未必能夠落到那個位置。那你出去面對人的時候，你有一種抗拒和怕失敗的感覺。

00:47:33 Speaker 1
大家綜合都是怕拒絕，怕做得不好，怕客人不知道怎麼想我，是不是？那這些是怕，但是怎樣可以首先看第一步？所有剛才那些前設，怕客人怎樣想我，都是因為你去推銷他，

00:48:04 Speaker 1
你們同意嗎？怕去推銷他，推銷不到他，怕的，前設在這一堂，很大，要你們改變腦的想法，就是你覺得你真的去推銷他，還是你正在分享一些正的東西給他？最後，你有沒有聽過，利益，我們經常說在上課裡面，利益，

00:48:34 Speaker 1
我給你舉個例子，之前也有上過課，不知道有沒有聽過，我給你一個前設，我

有一千元，我要你給你的朋友，你猜你朋友會不會要？要，再加一件事，我給你一把刀，家庭之吻，要你盯著頭，給你的朋友。

00:49:01 Speaker 3
你和她的客戶關係，如果我要更新她的報單上，可能是隔幾個月，甚至半年。但因為她和你近距離，假設是家人，假設你買了一張TNP給她，或者買了一張GP給她，她會接收外界的訊息，因為她和你的關係很熟，她可以不斷打電話給你，問你現在的股價跌了，會不會影響我這張GP，會不會影響我這張TNP。或者外面收到一些比較負面的消息，

00:49:34 Speaker 3
她不會因為你的專業性，她會夾住，因為她和你是親戚或者朋友的關係，會不斷轟炸你，會不斷轟炸你，說我跟了你買，但現在。

00:49:49 Speaker 1
其實會不會與這個有關。

00:49:54 Speaker 3
不關事，因為這是一個關係的問題，一個私情。

00:49:58 Speaker 1
回過頭來，如果你剛才的問題發生在一個DD身上，你覺得他處理得到嗎？他不會有客人買了什麼什麼的，那股股價不會這樣這樣這樣，會不會呢？都會發生的。但為什麼那個DD有機會處理得到那個2？你覺得那個DD會不會處理得到那個2的機會大過我們呢？因為他會。因為其實就是一個人與人之間，如果那個客人，大家都知道那個DD是怎樣怎樣的，

00:50:29 Speaker 1
如果他抽身出來，他不會怪你，因為不是你的問題，是他的志向。你覺得他會幫別人買，不會發生這件事的嗎？但我們不懂得如何處理，不懂得我們與他有關係，我經常說，哪裡跌哪裡起，你們在課堂慢慢再學吧。他越覺得錢越一般，你就越服務他，告訴他現在這樣這樣，就算跌也與你無關，他再買的話，他就會找你，因為他知道你跟得這麼足，

00:51:00 Speaker 1
有些事情你是控制不了的。問題是你有那些前事發生，其實你已經跟他沒有追蹤到那件事，很多DD、FDD不會發生這些，你覺得他的客人不會說，這樣跌了，你覺得他不需要處理這些事嗎？他的客人都會這樣想的，但為什麼他處理到，不會有你的想法呢？是因為他夠多客視過廣，他懂得這樣去處理。

00:51:31 Speaker 1
我明白的，坐在這個課室，很厲害，你不過來我的課室，難聽一點的說話。不要介意，以前我這個課室是什麼來的，你知不知道？我不知道你有幾個同事是，都不是的，你們。我這個是急診室來的。什麼叫急診室？有些，有些，有些就是，有些是快死的那些可以過來的了。什麼意思？你都沒什麼數，沒什麼客見，你來上下課吧，看看能不能夠救你。

00:52:02 Speaker 1
有些是能救的，有些是救不了。但我想，其實這個課堂裡面，跟你學的東西，你可以說，其實我可能都學過了。但完全一樣，你不會在這個課室發生的。但你學了的東西，如果你不去用，不去試一下，用不用得好呢，你就浪費了這個課堂，浪費了你的時間，好嗎？我明白你們兩個的東西，慢慢，我課堂裡面，給你，Suki剛才有說，我們用心去做，用溫度去做，

00:52:32 Speaker 1
你看看和你以往去說你的cold market，wall market，其實有沒有分別，好嗎？這個只是頭一個小時，好嗎？好，這個到第六節，我會拿出來問問大家，搞定了沒有？好，首先我先來這個，首先發生什麼，第一樣東西，大家都有了什麼，但第一樣，錯的心態，什麼叫錯的心態呢？不是說你們做什麼錯了的，錯的心態是，你當自己是一個Ticker，

00:53:04 Speaker 1
就是你問人拿東西，你問人拿東西就錯了，什麼意思問人拿東西？就是拿錢。我想他幫我簽訂單，我想他幫我拿這些就是錯的，好，我們正確的心態，我們是giver來的，我們是給他一些好的東西，我是希望他60歲退休，每個月有三、四萬元，50歲可以退休，每個月可以環遊世界，這些是給他利益的，舉個例子，你跟阿Wing，

00:53:35 Speaker 1
阿Wing，那裡減肥很正的，你猜我會不會問他，那件事如果是關他客戶，對他好的，他會好奇，但你不斷推銷，他就不喜歡，所以我們是要，首先第一步，做我們這個行業，我跟著律師教了你，多少事都好，你做不到殺心魔，所有事都等你，殺心魔就是要你行不出去，

00:54:06 Speaker 1
要做giver，第二，但總而言之，我肯定你都會懂得那技巧。你要怎樣去講，我會慢慢跟大家分享。講的技巧裡面分兩個部分，我有能力令他想聽，我有能力令他想要。首先第一步，那技巧是要令他想聽。如果他不想聽，你說什麼都是沒用的。很多時候有些同事，

00:54:38 Speaker 1
公司有什麼回贈，做什麼優惠，不如我介紹一下給你，這個是你想說的，不是客人想聽的。所以他是不會聽的，你說什麼都是沒用的。我們會有一些技巧給大家，你想聽之後就想要。我們第二個技巧會教這個，接著就會有技巧教大家。一個closing要見野來。

00:55:10 Speaker 1
以往的經驗，簽訂單要多久？要多久？

00:55:49 Speaker 1
因為你填得不熟，對嗎？對，填得不熟。對，你遲些會好些。這個封鎖的感覺最大。那些技術性的東西，我當你們可以了。你怎樣填，被人卡住的那些，你

應該是做好了，是無事發生的。這個就是，就算你那些東西都拿了，最大的就是可能封鎖的時間，那刻會有些異議的。又這樣又這樣，又百多次的，是不是？那裡就卡最多的了。那裡是用了我們最多的時間的，

00:56:20 Speaker 1
異議裡面。我們封鎖會有一些技巧，怎樣加快的封鎖。你有幾個同事有沒有試過，我以前打的時候，剛剛入行的時候，見三四個鐘，看有沒有封鎖可以。為何見三四個鐘？因為他不肯賣。他肯賣，怎會見三四個鐘？趕緊下去。那我為何不肯賣，令他肯賣？希望可以加快到大家的流程。通常，正常，其實一個多小時都應該結束了。

00:56:51 Speaker 1
記者3：「這就是香港單位，如果是大陸單位，你這個應該也不錯。」記者4：「什麼意思？」記者3：「大陸單位，你談完之後，叫我來到香港。」記者4：「你香港單位可以在那一小時…。」記者3：「為什麼可以這樣說？為什麼可以這樣說？」記者3：「即是大陸的，下得來的話，其實都…你不要介意，

00:57:28 Speaker 1
記者4：「我知道。」記者4：「電話都不行，他在香港就可以了，可以嗎？」記者4：「所以正常客人是在香港的。」所以是要做處理的。例如，在大陸有一個家人的金箱是買的，他下來就不用了。你說closing有沒有人很快就簽名了，但是一出來簽個名就走大把。如果你之前已經想著要買那些。

00:58:01 Speaker 1
喂，你們有沒有試過呢？表姐、表妹、媽媽、爸爸那些，你說很久了，你有closing嗎？可以的，簽名就到了。那些沒有技巧可以嗎？我就是教你其他的，你那些很快就簽了。對不對？好，當中的二處理為什麼買最後呢？二處理是……每一個階段都會有異議的，你想跟他講冒險，他也有異議。你坐下來跟他吃餐飯，

00:58:32 Speaker 1
給不給你講冒險，他也開始有異議了。所以我每一天都會有異議處理給大家。所以心魔搞定了，給了技巧來，構成異議處理，會四解給大家。但是最重要是，不要不斷推銷，不斷推銷，推銷不了，因為你不是在利益他。對不對？很多同學說，有經過客人說我難推銷，是因為你難推銷，所以你就難推銷了。對不對？但是要給利益，

00:59:02 Speaker 1
幫到客人什麼，但是最重要，先鋪賣。上這個課堂，最重要是做，跟著做，先鋪賣。這個課堂，不是一個課堂，不是一個訓練，是一個實踐的課堂。為何做十幾年繼續，很多同事做完經驗，分享給我們，

00:59:34 Speaker 1
他們做到，我才會繼續，所以你先做，接著做就可以了。好的，謝謝大家。接

著第一步是薩芳摩。薩芳摩，不過講是沒用的，所以我接下來五天裡面，我都會用不同的方法去告訴你，就是去強壯你的心臟，是有信心的。好，完成了。

01:00:06 Speaker 1
我放大家小息之前，做了之後，你就會…好，接著我說，我看看。好，我做完，到你們做，好嗎？好，第一，發心哦！三樣再來一次，一，你們喊到一二三，發心哦！

01:00:38 Speaker 1
拉到那裡，是，聲氣好。這三樣也是很重要，每一天都大致一樣，是，答對你們，好嗎？好，那我們，發心哦。

01:00:52 Speaker 4
謝謝大家。

01:01:19 Speaker 1
打三隻耳朵，你跟著說話，就有了。打開你說什麼都是沒用的。所以第一步，我擔心如果他很順利地跟你說，其實你不用用。但是我相信不是每個客人都這樣。不是每個客人都這麼沒人情的。如果他不給你說的時間，你用我這些招數吧。你說你用平時那些可以的，你不用上課了。你說你用平時那些都還沒說到，有些客人。

01:01:52 Speaker 1
那你用這些吧。當然，裡面我經常說的三個招數，其實你們還沒拿到的。因為我還沒教的。一期。賠償100%，高端醫療，加碼重愛美教。你未講得好，但應該是這個點。只是讓你開始知道是無所謂的引人。你上課的時候，你就會講得有力。你看看我怎麼說，不會說得有分別，因為我知道裡面在搞什麼。是有力度，這樣看下去，你要上來，

01:02:22 Speaker 1
跟著到課就行了。但我希望的，我不知道，今天你去見客的話，有沒有機會會用得到，如果你跟著有客，都會有些朋友會跟你說，其實都不用說了，那你會停的了。我希望你在那個位置，想一想今天教的，會不會可以講多一句，講多兩句，去試試。反正我經常都說，死客就是死客，你拿不到講的，他都不會幫你買的。你講多一句，我又相信他，

01:02:52 Speaker 1
如果你講得這麼有禮貌，他又不會生氣了，以後不見你的，絕對都不停。今天回去要再溫習一下這些部分，好嗎？最後我們就做少少這裡。剛才說第二點，接著就說怎樣令客人想要，

01:03:26 Speaker 1
他想聽之後，講了計劃在利益，接著就說，到來年之後，我們又開始會講公共數據，講公共數據，我們建議怎樣講，數據性的去講，你要講一些數據的東西。問一下這個比較的市場是怎樣？一般市場是怎樣？我們這次是怎樣？要突出到你說那樣東西的。譬如一般市場，剛才說的那些，

01:03:57 Speaker 1
高端醫療和一般醫療的分別是甚麼？其實一般說的醫療，高過配上壓是說，有沒有記過？如果是大方的，保額大概是多少？計算好了，知道你們是怎樣的嗎？分開手術的類型，手術室租金，醫生，場口費，臨時，大約四十多萬左右，一般市場上，但我們說的現在差不多保費，

01:04:31 Speaker 1
已經半資加港。已經達到一千萬的保額，這就是比較，讓客人看到分別，你告訴他們跟市場做的事有什麼分別，才可以突出我們讓他們贏，另外就是，先明的利益要發到給客人，你說計劃書，我說F和A是發不到給客人的，

01:05:02 Speaker 1
你說藝術保障50萬的保額，可以報到你118種藝術，這些是你的計劃，這些是發不到給客人的，發給客人的意思是，利益發到給他，意思是你那樣東西究竟幫到他什麼，萬一有時的時間可以賠到100萬，可以給到5年的生活費，

01:05:33 Speaker 1
譬如說儲蓄，儲蓄怎樣可以將利益發佈給他？這個計劃是5年，接著65歲，拿回100萬，如果這樣說就是一個計劃。但這是一個方案，接著這個方案，65歲可以退休，每個月由30000元收益。這些才可以發佈給他的利益，之後會跟大家講的。

01:06:05 Speaker 1
好嗎？好，closing的技巧就是這個心法，他不買的原因就是他要買的原因。這個不只是closing才會發生，我不知道你們是否害怕我現在。哪裡起，就是等於他不買的原因就是他要買的原因。你們有聽過嗎？對，懂得用嗎？不懂，慢慢學。舉個例子，他們買的原因，很簡單，這個例子，那個客人就說，那客人就說什麼呀？沒錢。

01:06:36 Speaker 1
是嗎？我家庭負擔不錯，我當我男士。我又要供樓，又要供養小朋友，那麼多開支，哪有錢供保險呢？這個是他們買的原因。他要買的原因是？聽不到。他要買的原因是。

01:06:55 Speaker 2
沒錢。

01:06:56 Speaker 1
聽不到嗎。

01:06:57 Speaker 2
沒錢。

01:06:58 Speaker 1
沒錢怎麼買呢。

01:07:02 Speaker 2
承擔風險的能力不是低嗎。

01:07:04 Speaker 1
承擔風險的能力不是低，再講得好一點，差不多了。

01:07:08 Speaker 2
承擔風險的能力不是低嗎。

01:07:12 Speaker 1
我直白一點這樣說，他要買的原因是，因為這麼多，這麼多負擔，沒錢。他要買的原因是，因為你這麼多，這麼多負擔，萬一有事怎麼辦？對不對？所有點，我想有八成你都可以這樣處理，如果你用得好的話。可以嗎？OK？我們在closing那裡再說吧。好，再來一個sum up吧。好，為什麼客人跟我們擺報單？第一，是要起風我。

01:07:44 Speaker 1
第二，是令他想聽。首先是想聽，然後就想言。然後，我有能力令他想聽，我有能力令他想要追求。搞掂這兩件事，其實才是說closing skill。你的技巧多好也好，我教你一百種，容易處理也沒有用的。如果你前面那兩種不好，可以嗎？好，再拍這個。今天其實是最簡單的一節。

01:08:19 Speaker 1
跳了半節的時間去說，一定不關。所以算是簡單，但跟著那些，你可以說複雜些，但你們會聽得容易，因為你們聽不太可能。差不多了，讓我看一遍，明天應該都是在這個房間。明天幾點鐘來的？明天幾點鐘？

01:09:01 Speaker 1
拉扯角度舉個例子，有些同事說，有個小朋友都要買教育基金了，他自己都說想買的。但青年教育基金的客人就不買，就說要考慮。那我的角度是否應該拉扯一點呢？什麼意思呢？他為什麼要…他想買什麼，那個客人說？教育基金。教育基金，那我們闊一點的角度，可以看到這個客人的什麼？

01:09:33 Speaker 1
好…先看一個藍紙的客人。很為家庭的。還有？有錢。有錢我也沒看到。有些錢。有些錢也可以對的，但是還沒關到我們的錢。那個角度，怎樣拉貝？這樣吧。這個是你的角度，不是開單的角度。還有呢？

01:10:06 Speaker 1
還有？差不多，近一點了，現在。差不多。有家庭負擔，他買不買，我們不會賭下去的。你想想，他有個小朋友，我們需要幫客人拉闊嗎？所有東西都是基於他有穩定的收入。他有沒有看過這個位置呢？我們需要提醒他嗎？有些客人說完之後，其實我不知道你們有沒有試過，

01:10:36 Speaker 1
小朋友做教育基金，有時他很想買，不知道為什麼後來又不買。有沒有試過？

因為賺出來的回饋，未必是他想像中的東西。因為你十多年的話，是不漂亮的。那客人就會考慮的了。但如果你將角度拉闊了，意思是儲錢的同時，你是家庭經濟之柱。萬一有事，對家庭是很重要的。會不會交易人壽儲充是他的名，保障他。

01:11:10 Speaker 1
萬一將來真的讀書要用錢，其實那裡也是夠錢來的。但是有事的話，就多做保障給他的家庭。我只是說一點點。意思是其實你不是隻有一件事，你可以很多角度幫他去。這個叫拉闊角度。技巧有什麼問題，先在課堂裡面給你一個技巧。好，我先回到這裡。心態調整和準備。首先，看看這個三角形。客戶為何會幫我們買保單。

01:11:40 Speaker 1
第一，是要。同意嗎？客戶不喜歡你，他不會幫你買。不是說有什麼差別。你在保陰的專業，他是認可了，他是喜歡的。他才會幫你買的。接著就令他想聽，令他有意。喜歡你，怎樣可以令客人喜歡你，或者怎樣讓客人才叫做喜歡你呢？喜歡跟你聊天，

01:12:10 Speaker 1
他不一定不會喜歡跟你聊天的。你怎樣可以令他喜歡你呢？common topic，可以的。我想你要做到這些。你跟他聊天，交流當中，你要一個人喜歡你。難聽一點說，男生，你追一個女生，你都會說一些好聽一點的話，你都會舒服一點，自然一點，有禮貌一點，準時，有笑容，交流這些，你會了，是吧？

01:12:41 Speaker 1
如果你對著客人，其實是否有做這些就可以了？如果你這樣去想，對嗎？如果你對著客人，你跟他聊天，你要令他跟你紓落，起碼你要說話自然，大大方方，有笑容，令客人初步喜歡你。但如果……喜歡你這一切，如果你現在身邊還是很熟悉的朋友，其實已經做了大部分的了，但是在保險的專業又未必喜歡完你的，我們再加下面的東西。

01:13:15 Speaker 1
有笑容準時，準時是重要的。如果你見客人真的遲了一到，你會怎樣？你有沒有試過？那怎麼辦？那會怎樣那個一刻？遲到。

01:13:31 Speaker 2
遲到一些事情。

01:13:34 Speaker 1
嗯。懂不懂？就是現在WhatsApp的嘛。你進去十點鐘，你都知道自己說不到，你都告訴他什麼事了，是不是？那坐下來的時間呢？都沒事了？是啊，都說一下為什麼。不知道你，當然要有原因的了，知道嗎？你的原因就不要是還沒睡醒。你自己不安不安的說謊，你自己要反省，如果你真的這樣也遲到。那客人如果不去處理，

01:14:06 Speaker 1
他可能會坐在對面當沒事，喜歡你已經扣分了，如果你真的當沒事發生。那條尺一定要捏出來才行。好，有笑容，有交流。專業的態度，在保險要專業，對人要專業。握手，譬如卡片會不會價錢？握手就看你是甚麼對象，如果你那個又不是那麼熟悉的，他是管理階層的，我覺得是需要的。

01:14:38 Speaker 1
看情況，握手也有技巧的，知道嗎？有些人握手會這樣，你們有沒有試過握手會這樣？那是甚麼意思？有時有些人真的握手會這樣。我的握手不是這樣的，握手是這樣的。你又不用很大力的，但你要有些…不知道，有些誠意，又好溫度，又好重一點。給卡片，你們會不會給？E卡片給不給？給。

01:15:08 Speaker 1
不給的嗎？給。很熟的那些當然不用給，但我都會給的。E卡片都會給的。現在不給實體就給E。為什麼要給卡片？為什麼建議你們給卡片？你給了卡片之後，然後怎樣？我想問一下。

01:15:25 Speaker 8
讓大家瞭解你，因為卡片上面寫了很多些信息。

01:15:29 Speaker 1
不是，你會怎樣的？你給卡片的同時，你會做些什麼的？你就給他一張卡片，這張我卡片，那下一句你說什麼的？你怎麼可以表現到你的專業性？卡片你解釋一下，是不是？就算他沒有你五號牌齊，你都說，他怎知道你做NPF，說真的，就打算你推銷醫療保險，意外保險，只是保險而已，他怎知道你可以旅遊保險，家居保險，家庭保險，

01:15:59 Speaker 1
他不知道這些，你賣給卡片當中罵，我有分別中文名，英文名，你自己解釋一下，MDRT LOGO你解釋一下，其實我的業務很廣泛的，包括之前跟你講的人壽，醫療，強積金，有多少你就說多少，他們覺得你厲害，你講那張卡片，你在地下發現的機會會低很多。有時偶爾也會看見一些卡片在地上，

01:16:32 Speaker 1
因為他覺得很價值，所以便扔掉。但你有解釋過、說過，這個給卡片的第一線，就是要令他覺得你是保險的專業，你要說出卡片裡面的事情給他聽，行不行？第二，給卡片的同事，你會問他要不要下卡片？會不會？未必，還是他沒有卡片？你怎麼知道？你有沒有問他？

01:17:03 Speaker 1
你要問他。我會這樣問他，你有沒有卡片？只是問一句而已。你給卡片，他會問一下，很正常，很順理成章而已。如果他真的有給你，你就正了。為甚麼？你給了他一張卡片，你跟著來唸的？你當作是他。你有沒有立刻去看看，你需要立刻去看看，看看他工作是什麼職責，職位，職位用來做什麼，

01:17:34 Speaker 1
你猜也猜到他收入，猜到幾成，二就是你表達一下他的行業方程，這個學堂越做越開心，就是因為你可以認識到不同行業的人，當舉例一下他做工程師，那張卡片，工程師也有很多，什麼類型的工程師你有沒有了解，你多向他學習一下，他也開心，你這樣問他，瞭解他多了，在這一行做了多久，很有經驗，

01:18:05 Speaker 1
我將來找你這些，總之人是喜歡人讚的。所以我會純粹去問他有沒有卡片，電子卡片都可以。所以我也會帶走，例如朋友你也沒理由卡卡片給他，朋友給你電子卡片，你也講一下自己。例如你去旅行，有些朋友去旅行也不知道找你，是買旅遊保險的，他就跑去上網買，或者跟那個旅行者去找大家。

01:18:35 Speaker 1
但你可能覺得，這麼少佣金算了嗎？他幫人家買好嗎？你有沒有這個想法？當然有啦，但你要記住，他這樣踏中風，腳出外面，接著回來你那裡，你就真的要想想。還有，旅遊保險，不是說遷就他，或者什麼，如果他真的找你搞卡片的話，接著肯定很多單位犯的。你不要小看，你抱著他，他反過來身邊寫，好吧？很多人去旅行不是一個人的，

01:19:08 Speaker 1
你記住。他幫你買，其他朋友都會幫你買，只要你肯問而已。有多幾個名字，就可以找他了。這裡就是要告訴客人你有什麼專業，包括一至五號賣，如果你在外面有想其他課堂，你可以告訴他。首先，這裡一堆東西都是令客人喜歡你的。喜歡你之後，三角形就是為何他幫你買訂單。

01:19:42 Speaker 1
第一，要做到很喜歡你。喜歡你做不到，所有東西都是白費的。喜歡你做到之後，我們有第二步，要令他想聽，令他想聽。首先，令他想聽。如果那個朋友坐在你對面，你想他聽你說保險，你會說什麼？譬如你想推銷他的產品，你會跟他說什麼？你現在沒有買保險嗎？

01:20:12 Speaker 1
我已經買光了。是不是有些客人會這樣做？然後你嚇他？多數都不記得，爸爸買的，媽媽買的。然後呢？我都不知道，單是在爸爸媽媽那裡。

01:20:46 Speaker 1
可以再一個方法給大家，就是客人就是這樣。我經常都說，然後課堂都會叫大家去，找一些客人的報單去看看。我問你拿一張報單來看，你給我看。利益在你那裡，我會將報單給你。在幫你，對不對？但是如果利益在客人身上就不同了。他覺得你幫我看吧，不如。明白嗎？所以我們要首先給他利益，關他什麼事，

01:21:17 Speaker 1
有什麼能幫我，才能動客人去聽。不要再跟客人說，我們什麼新計劃出了，有多少優惠，這些是沒用的。他們覺得你是sale，我告訴你。起碼基本上，如果

開頭你想跟他說，這幾樣都是，說他關自己的事，他關他自己的事，還有好奇心的事。

01:21:48 Speaker 1
首先，如果你想跟他分享一些事，你要加一些關他事的事，當他是女士，尤其是女士，分房聽花，愛情等。這些是希望用女士、男士、年輕人去優人節，是代入他的背景，或者當作是工程行業的人，是可以打開他的耳朵的。因為好像關係事多些，你不是個個都要這樣推銷的。

01:22:19 Speaker 1
這是第一個。將來你想到朋友，跟你情況差不多，都是大學畢業的同學，其實不妨更新一下。他聽的機會會多了一點點。可以嗎？接著再來，到Peter了。Peter，你有沒有聽過，接觸過高端醫療保障？他不出聲的多數，那你自己自行自行。不需要分享。這些是大多數的。高端醫療保障事項是怎樣的？

01:22:54 Speaker 1
有多少發生？有聽過嗎？我想是一半一半。這就是其中一個，稍後會給幾個例子來的。如果講醫療，這個可以帶起他好奇心或者關注。有些人如果有賣醫療保險的，現在講的是他關注的東西，如果他有賣醫療保險的，他會聽到入耳的，這是高端醫療。你有沒有聽過、瞭解過高端醫療？有些客人會覺得，什麼是高端醫療？會帶起他好奇心去聽，

01:23:24 Speaker 1
關注他。或者關注他就是，剛才你們說了，可能瞭解了他買了什麼，如果他是危疾，主宗醫療的意外，你覺得，舉個例子，他買了危疾，危疾關注他還是不關注他？其他同事呢？關注他，他走。不關注他，他走。為什麼不關注他，我可以說嗎。

01:23:57 Speaker 2
覺得自己的風險都很遠，不關自己的事。

01:24:05 Speaker 1
我索性估計一下，有些同事是這樣說的，客人買了銀子，他都說買了，可以了，OK了，已經有了，所以你不用跟我說藝術，有些客人是這樣，對不對？你可以在這個角度，但我不同意的地方是，他買了銀子，他是不是更加要提？我們是消費者，你買的東西是不是你所想要的東西？人家一期一毛一百%，你那份行不行？人家給你一千元，你給你三千元。買的東西是不是一樣的？

01:24:36 Speaker 1
這些是可以令客人買了會更加要提，再好一點，你都買了，如果其實……我真的推銷你，我都不跟你說，我都知道你賣了，是嗎？但是真的要留意，因為市場上有壓迫，你要知道，因為你要賣了，其實你更加放心，你買了，你不用怕我推銷你，行不行？這些就是用來打開客戶的耳朵，希望他們繼續去聽的。買藝術的原因是什麼？萬一有事，有錢盤，是嗎？

01:25:11 Speaker 1
有東西你想自己保障，保障收入，也好，保障家庭也好。那是不是有？現在我會教大家，有些客戶是自己買光的，是嗎？買了藝術，買了醫療，買了工作，買了意外，那你們就會停的了，是嗎？那下一句應該是說什麼呢？想問一下。恭喜你，你們都會說的，接著呢？

01:25:42 Speaker 1
再厲害的同時，你什麼時候買的？你買了那本，多少？當有些人說不知道，回答不到你，當他回答到你，下一句呢？我當然覺得夠了。我覺得OK啦。很類似，但是這個說法是不OK的。你明不明白我的意思？聽不聽到？

01:26:14 Speaker 1
其實是英文的意思。但是話術可以舒服一點的，你是我的朋友。很好啊，你買了這部電視劇。其實為什麼我會買？你什麼時候買的？很久之前，為什麼我會買？聽聽他講。越買了保險的人，越信保險。你越容易跟他說的，是說真的。如果他很久都不買那些，你很難得到他的說真的。買家當然有原因。當他五、十年前，

01:26:44 Speaker 1
五萬元保安是否他所想要保障的東西？你要跟他商量，可以嗎？這是小小便事。所以他買了什麼，你可以跟著那個位置，讓他上廳。好奇心也給你，這些你所有客人，你都可以用這些資料。不聽今次的資訊，很吃大價，看你說不說得出。不聽今次的資訊，其實差很遠的。要慢慢地拖出去的。今次如果我說鬧了給你聽，

01:27:16 Speaker 1
真的會被你罵的。如果當那個是你，不知道，老死了。Peter，你真的更新一下，如果我不告訴你，將來你會怪我的。你是我的朋友，你聽不聽？你最少都聽一下，買不買得到，是不是？但是這些就是引起他好奇心的東西。我沒有說過什麼，我只是想打開他的耳朵而已。我什麼都未講的產品的東西，不用去那麼快的，你不打開他的耳朵，你那些白講的，行不行？

01:27:47 Speaker 1
再來，下一頁。好，尊榮之道你要袋住在身邊的，就是我們講保險的時候，你拍了什麼？有些事講了，你再加上，如果是劇情的話，你寫在旁邊，最容易看的。好，拍完我送你了。

01:28:19 Speaker 1
好，尊榮之道就是當你講保險的時候，偶爾你都會用的。你講到一些……保障內容、條款、保額很大，或者一些案例，就像遷就他一樣。我們醫療部要賠償一千萬，我們要遷就他，要賠償一千萬。所以我們就要顧及這個分別。當然馬保卿不希望賠償的，當然希望自己和家人開心、心平平安安。但這是長版來的，你可以簡短一點，如果熟了之後。

01:28:50 Speaker 1
但這次不是說賠得多還是賠得少，而是說有得賠和沒得賠的分別。所以對於我們和家人的資金照顧，真的相差很遠的，這個我們掛在後面。譬如舉例，你講危疾，因為危疾保障萬一有事，就賠到五十萬的。當你說完之後，當然我們說，如果你見過騙子的樣子，遷就他，你遷就我。其實馬保卿當然不希望賠償，都是希望自己和家人平平安安，但是賠到和賠不到相差很遠的，

01:29:21 Speaker 1
類似這樣，令他減輕壓力，不覺得你遷就他而已。所以我放在這裡。因為我懷疑你。不知何時使用，但必須使用。好，接下來，首先客人出意義，剛才說的是甚麼？要你們代入一下情境，才知道怎樣使用。

01:30:01 Speaker 1
剛才說的，外面的A準也好，我們也好，如果客人說，不用了，我買了，你不用說了，下一句你說甚麼？你不知道，給了大家，下一句跟著他說就行了。首先，Peter，如果他說我買了，其實我買了很多，不用了。我明白的，不過你為了自己的利益著想，這個不如你因應客人，加下去吧，我不讀了。不過為了你自己真正的利益著想，不妨留意一下。

01:30:35 Speaker 1
這次癌症的定義者一期已經照顧到，比市場上去到匡扎、更嚴重施培上，真的差很遠的。我給一個point。第二，有一個客戶不可以一次過講債，看看那個客戶想支付什麼。如果他說我已經賣光了，Peter，不過你為了自己真正的利益著想，不妨留意一下，一般醫療保險去到賠償，其實分分鐘超總額就要自己去付，但這次我們在說，你可以加上剛才我說的，

01:31:07 Speaker 1
這次我們在說高端醫療，是在說全數100%賠償的，你又不用這麼複雜，現在這個位置又不用說那個墊底下去，你只是想打開他的耳朵而已，或者這個也可以，這次輕輕鬆鬆，儲少少錢，可以做到一輩子都有錢債當價，如果你想，這三契其實我還沒有給你，只是給你一個話術，裡面在搞什麼，你可能知道一點，這個也是，我們在說完夾硬圖之後，你就知道怎樣可以輕輕鬆鬆，

01:31:38 Speaker 1
60歲退休每個月有三、四萬元債，如果你學完之後，你哪一支字，可以加多少少東西下去？現在你們先做個練習，兩個人一組，一個拍檔就是出一問二，二問完以後用這個話術去答，看看隔壁客人聽了之後，會不會給機會你繼續講，你要告訴他們其實你說成怎樣，其實都可以，都聽一下，對不對，兩人一組。

01:32:20 Speaker 4
三，我們按到一張。六，我們按一張。七，我們按一張。八，我們按一張。七，我們按一張。八，我們按一張。九，我們按一張。十，我們按一張。

01:33:27 Speaker 4
中文，不如我講一下現在有些什麼東西，不如我現在講一下有些什麼新的，這個是舊的，應該是真是不可留意以下的內容。

01:33:58 Speaker 4
對，你家人都對你很好，一早就已經幫你安排好你的長遠計劃資金，但是為了你的利益，我覺得你應該要留意你自己的內容，以及現在新產品的內容，因為鴨脊的定義是一停一斷，已經可以…

01:34:28 Speaker 4
所以你會不會有機會拿到一張單出來，可以幫你複製一下，看看你的保證，是否真的足夠？我可以繼續寫嗎？我可以繼續寫你那些東西嗎？可以啊，你繼續寫吧。我寫吧，都夠了，家人都說已經買完了。哦，都買完了。那我真的買了，然後我去到這個衛生房。好，第一件事，我告訴你，你看看你。

01:35:01 Speaker 4
我真的不懂笑容，如果就是你拒絕我的話，我都會覺得你只是說夠了。你通常如果真的說夠的話，我通常就會全都說下去。然後我就會預改這個case給他，因為我是一個美女。對，你就是一個美女。接著或者是你會寫……

01:36:15 Speaker 4
因為沒有前行聖餐廳，其實有很多不同的聖餐廳的地址，只要第一次進去，就已經可以接觸到最強的聖餐廳，最高的聖餐廳，現在，

01:39:32 Speaker 4
中文。

01:42:13 Speaker 1
客人覺得Agent說得不錯，你舉手肯讓他講。如果你是客人，你肯讓他講醫療、註觸，你覺得可以打開我的耳朵，你舉手給我看看。其實都是全部嗎？大部份吧？但是，他覺得我辛苦得太多，所以他回來。

01:42:45 Speaker 1
但是，有些是差一點點，有些同事會說，好吧，聽聽吧，其實我覺得還不夠，同意嗎？有些你隔壁同事說，好吧，他這樣說，你也有一點好奇心，聽聽吧，這樣還不夠，因為他聽聽吧，你要回去前面，記不記得我有用過這些？如果你剛才說完一期已經賠到100%，如果它會閃閃就來，

01:43:18 Speaker 1
你講就講吧。其實這次我不告訴你，真的會很吃虧。Peter，不要怕，我不告訴你，將來你會怪我。加上這句，你只加上一句，就是這些。Peter，這次真的很適合平青人，你們剛剛出來做事，真的不妨留意，如果將來我不告訴你，你會怪我。這些你掛在嘴上，就可以了，其實是剛才那句加多了這裡，行不行？

01:43:48 Speaker 1
可以了，是吧？好，我再給你們一個比較難的。好，這裡，你見到下面的以退

為進法是甚麼來的？你講完之後，如果它是皺皺眉的，你就加剛才那一版，是嗎？這張你會習慣我的，你會很吃虧那些。那如果講完之後，都還有一點點，再加上以退為進，或者，都沒有東西的，都順順利利的，你都可以加以退為進。以退為進是甚麼來的呢？以退為進這個。

01:44:19 Speaker 1
當剛才讀，你先讀吧。以退為進的方法是甚麼呢？當客人有點麻煩，或者你也擔心他覺得你有一點點壓力給他，其實反正你和我也沒有壓力的，只是更新市場資訊買不買不要緊，希望將來你有需要，

01:44:49 Speaker 1
你不會選錯，你會想起我，類似都可以，就是這一句來的。即是如果他前面你覺得他還差一點點，或者其實你也想說的，但想包得漂亮一點，你可以加這個以退為進，這個會舒服一點的，會令到你沒有壓力，即是買不買不要緊，你也說了，更新也好，讓客人有這個感覺，OK，再來下一個意義，你說了一次，剛才你們給甚麼意義，你的資訊？買了。

01:45:22 Speaker 1
買光了，還買了全部，是一輛車來的。買光了，當買光了，你剛才說的那些當它不行，你行的話就可以說出來了，有些都不行，我都說買光了，不用了，下次已經是屋司了，屋司就已經很害怕了，害怕到傻了，但都要向前走，我們退後就不用說了，我們怎樣向前走呢？舉例，我明白的Peter，明白的，你剛才也有跟我說，

01:45:57 Speaker 1
真的明白，你已經買了，也不想再聽，或者你夾了。三個ABC，但一字兩個，我舉個例子，我明白的，你剛才也有跟我說你都買了，不想再聽了，因為我明白聽到報業，其實都可能覺得又要浪費錢，又要買了，或者都沒有想著買，不想再聽了，你見到我說的那些嗎？不過你為了自己真正的利益著想，不要介意我關心直接說了，這次真的很建議你聽一期，你又說前面那些，

01:46:30 Speaker 1
如果一個項目不行，你就先說太理想說哪個項目，其實輕鬆的不影響我們生活水平，可以讓我們一輩子有錢也行，一期延避100%，男性的定義也行，在這裡再說，再不給的，再給你，或者有些獎杯給的。你覺得他挺堅定的，他的意思可以給你，我建議你可以用這個。如果當說完這裡，其實你講得不好，他才會不聽的時候，

01:47:00 Speaker 1
都講到這樣了，又以退為進法了，已經是吧？其實他正常就會聽的了。當有些人是很堅定的，他說了二，你已經很害怕了，是Uncle來的，那你可以下第一個。你Uncle說，其實你這麼坦白，像我說的，你買光了，不需要了，你都說得這麼清楚了，我說了，如果內容不是真的配合到你，那麼值得你聽，我又何必建議你聽呢？行不行？用一些柔軟的語句，

01:47:31 Speaker 1
跟他說，其實他會給你機會的，如果你講到這裡。行不行？那麼老嗎？好，剛才你們拍了這一版，是吧？又拍了這一版，現在兩版幫我溶，現在我就……放這版出來，你按開剛才那一版，是你的ARCAD入好手機。我兩版展出來給你看，你去試試去，試試出兩次2，好不好？難度高一點。

01:48:02 Speaker 1
第一次輕輕，跟著就用剛才講的那些再講一次。第二次你就重一點，跟著看它能不能用，跟著那些。目標是客人聽到之後，你要告訴他，如果我是客人，我都會給你講一下。我也覺得OK，聽一下，要這個目標。做不到不要緊的，我們再練習，好不好？好，待會交給你們。明白我說什麼嗎？不是，那單是另一個。

01:48:33 Speaker 1
我再來一次，不要緊。剛才拍了這個，現在我會擺放這版本。現在這個演練是做兩次二義，當他做第一次二義，我已經買了，不用了，我們就說這個，這個選三個，選一個，叫你做第二次二義，當然這個做不到，還很大聲說不用，下一次，很大聲，很惡，然後你就用這個。

01:49:03 Speaker 1
其實這個是在讀他的心，讀心術的其中一個部分，你想想客人不想聽是不是真的，多數都是這三個原因，對不對？他真的買了，你又要我買，我當然不想聽，你不斷推銷我，又要我洗錢，所以不想聽，或者總之覺得你推銷他，所以不想聽，你會告訴他，然後你就知道。讓他放下戒心。

01:49:33 Speaker 1
現在這個練習是講兩次記憶。講了一次，再處理一次。第二次就…

