

第二部 成功之道

五個必勝要訣

引言——先勝、道勝、算勝、量勝、形勝

早年進入保險業時，當然也是從陌生拜訪開始，但是現在的我靠著轉介紹，不必出門，客戶也會親自登門拜訪。

同仁們常常問我：「總經理，為什麼妳沒去外面跑，也會有客戶自動上門？妳到底有什麼秘訣？」

我自己有五個口訣，也就是五個「勝」：

1. 「先」勝
2. 「道」勝
3. 「算」勝
4. 「量」勝
5. 「形」勝

以下分別說明，提供給大家參考

1. 「先」勝

「先」，就是一馬當先去做，而且一旦要做，就要做到最好，對自己要有強烈的信心，要有爭第一名的雄心壯志與骨氣。

自信並不是自傲；兩者最大的差別，是自傲者認為自己已經知道所有事情，沒有需要學習的地方，要改進是總是別人，難免讓人感到不舒服；而自信者了解自己的優勢，也願意學習別人的優點，要求自己不斷有所進步。自傲者碰到困難，會歸咎於外在環境；而自信者會分析困難，並全力以赴。

在這種心態的前提之下，我會告訴自己：「我是最好的，我是最棒的，我是最優秀的，客戶是最喜歡我的，我是了不得的。」如果有這種強烈的、必勝的決心，一個人將會無所不能；有了這種強烈的自信，你會期許自己做到最好；這種強烈的自信也可以感染別人，讓別人認為把事情交給你是很放心的。

為了進一步說明先勝的精神，讓我舉一個當年找工作面試的例子。

其實在進亞東之前，我在一家日商公司工作過，這家公司現在還在，名叫「北渡」，是一家進口日本舶來品的公司，當時台灣吹著一股崇日風，許多有錢的小伙子買一兩萬塊的日本名牌衣服，連眼睛都不眨一下，北渡的業績自然也蒸蒸日上，在台北擁有好幾家分店。

接到面試通知之後，**第一**：先對公司進行了解，那時候也沒什麼網路可以查，所以我就親自跑一趟，先來個「軍情探查」，順便也了解一下公車路線。要怎麼探查呢？就是問大樓管理員啊，問左鄰右舍啊，我從小就不怕生，很容易和陌生人搭上線，通常不但不會被拒絕，對方還會主動提供許多資訊，所以在面試之前，我通常對一家公司已有一定的了解，老闆在面試的時候，往往會覺得很奇怪「怎麼妳都知道啊？」，這就是「先」。

第二：先到。不管什麼面試，我永遠都是最早到的，不是早個十幾分鐘而已，而是至少半小時以上，所以我總是排第一個，不但可以加深別人的印象，面試時，我還會無意間提起我從幾點就到了，讓主管知道我很積極。

第三：表現出你很喜歡這份工作，這份工作簡直就是為你打造的，這就是你夢寐以求的工作。面試時，主管問我：「你知道這份工作要經常出國嗎？」我馬上說：「那太好了！我是南部來的小孩，沒去過什麼地方，小時候我就夢想長大以後能環遊世界！」他又問：「但是我們公司很辛苦喔，常常要在台北市跑來跑去，你體力好嗎？」

在此我要給大家一個忠告，強健的體魄是人生各方面的基礎，所以說「健康就是財富」真是一點也不假。

話說我聽到這個問題，作何反應？我以更高興的聲調回答他：「那體力更不是問題！我高中是籃球隊的(我身高 168 公分)，小時候我每天要都走兩個小時上學。」

第四：要能回答所有的問題，即使對自己不利的部份，也要化阻力為助力。那時我剛來台北沒多久，連忠孝、仁愛、信義、和平這幾條大馬路都搞不清楚，這份工作又需要對路很熟，所以我說：「我願意學，只要公司教，我保證三天之內內化，你怎麼考我都行。」接著他又問：「如果碰到出差怎麼辦？你現在還是學生，晚上不是要上課嗎？」我說：「不過我有寒暑假啊！我是夜校生，請假可以等寒暑假再補修，老師對這方面也很通融的。」

聽說這次面試有四十幾個人，不少是名校的大學畢業生，但是我被錄取了，同期進來的還有二、三個人。

錄取之後，緊接著是幾個星期的受訓期，在這裡我要特別感謝北渡的訓練，到今天，我依然覺得獲益良多；日式的訓練方式是很恐怖的，比方說請你到台北市某百貨公司的分店買一樣東西，小姐一定會開一張發票(上面有打幾點幾分)，你必須在規定時間之內帶著發票回來，出門前要把身上的零錢全部掏光，身上只能帶一百塊坐公車，這就是訓練方向感，也就是對公車路線要熟悉，主管一派下任務，我「咻」一下地就衝出公司。

再說體能訓練，就更不是問題了，規定跳一百下，我二話不說開始跳，超過一百下了，我還不罷休地拚命跳，直到考試的主管忍俊不禁地說：「好了！好了！妳通過了。」**積極、主動，這些都是先的精神，旺盛的鬥志和積極的行動，也可以讓別人注意到你。**

說也奇怪，我投履歷很少不中的，幾乎都有面試機會，我讀的又不是名校，年紀又小，而且還在讀書，但每投必中。其實我只是在履歷中寫我是鄉下來的小孩，不怕吃苦，最重要是我肯學。

五等人

我把世界上的人分為五等；第一等、創造機會的人，第二等、把握機會的人，第三等、等待機會的人，第四等、沒有機會的人，第五等、錯失機會的人。第一等人是最上乘的，就算沒有機會，他也想辦法創造出機會，第二等人也不錯，平時懂得充實自己，做最佳的準備，等機會一來，他可以眼明手快捷足先登，第三等人就比較可惜了，也許不是沒有實力，條件不一定比別人差，但是太懶了，只會被動地在家裡等機會來找他，第四等人是根本沒機會，沒機會是因為沒有充實自己、投資自己，就算有機會也輪不到你，第五等人最可憐，機會從天上掉下來，他都沒有即時把握住，平白與它擦身而過。

你覺得自己是那種人？你願意做那種人？如果你有先的精神，就會期許自己做第一等人。

2. 「道」勝：

道，就是道理，比如說我信仰的一貫道。

在公共場合諸如火車店、電話亭、寺廟，都有放置讓人免費取閱的善書，我

相信很多人對這類書興趣缺缺，對書裡講的古早道理不以為然，說到因果報應的故事，更認為是天方夜譚；但是我很愛看這類佛經、善書，而且還看得津津有味。

這類書都是教我們做人做事的一些準則，一種正念。我的個性很衝、很急，職場上爾虞我詐、明爭暗鬥的事又特別多，所以我用這些書來陶冶自己，修養自己的個性，久而久之，行事就愈來愈正，心中也更為光明磊落。

這些善書除了佛經以外，有些是故事，比如天堂地獄遊記、因果報應實錄……等等，不管是那一種，總出不了善有善報、惡有惡報的道理；看多了，我也會害怕，害怕，就更加如履薄冰，更不敢踰越本份，而且時時提醒自己，要包容、要體諒，如果有人做了傷害你的事，也不要以牙還牙；否則你也會有業報，應該回過頭來再強化自己，不但讓打擊你的人刮目相看，而且還可以加功德財。

你覺得我很傻嗎？什麼時代了，還會服膺這種古早的道理？其實你不要不相信，這個世界上有很多東西是我們看不到的，但是看不到不等於它不存在，說一個我自己的例子。

我很會賣房子，不知為什麼，那種很難賣的、乏人問津的房子，一到我手中，往往在短時間內就找到買主了，而且價錢還很漂亮，這到底是什麼原因呢？其實我是有小秘方的。

傳統的本省大家族中，拜拜是一件不能忽略的事情，每逢過年節慶、初一十五、神明生日，家人一定會準備好料的來祭拜，從小在這樣的環境中長大，我也很重視這些事，在做代書、經營建築公司以後，每當新的工地要開工，或者要賣房子，我一定會拜「地基主」；趁著星期六、日，我就帶著一些水果，和家裡的兩個小朋友一起去拜拜；小朋友在空房子裡跑來跑去，鬧著玩，我就一個人把東西擺好了，念念叨叨地說：「這位大哥或大姐，希望你保佑這間房子趕快賣出去喔，在這裡，我也沒辦法煮飯給你吃，每次都拜水果，我想你一定吃得很膩了吧，所以你要趕快找一個和你合得來的房客啊，這樣你每天都聞得到香噴噴的飯菜，又有人可以陪你，多好？」

小朋友看我一個人碎碎念，還會說：「媽媽，妳在唸什麼啊？這房子空空的，什麼也沒有啊。」

我會笑笑地說：「噓，誰說沒有，只是你不知道啊。」

這些古早的道理和習俗，在鄉下地方的本省家族中代代相傳，可能因為太過質樸，在現今功利的社會中，逐漸被人們遺忘，殊不知當中蘊含了大智慧，老一

輩的人對鬼神都抱著一份敬畏，不就是教導我們要為人要謙卑嗎？不只是人與人之間如此，對整個天地萬物都應該抱著敬畏的心；我不是沒有碰過挫折，而且肯定要比大多數的人還多、還更嚴重，但只要我堅持善念，專注在自己的目標上，過一陣子就會否極泰來了，順利到連自己都不敢相信；我真的可以證明這件事，我相信這是上天在幫我，只要行事正直，保持善念，不忘回饋社會，上天一定會在冥冥中降福保祐。

3. 「算」勝：

算，是做每一件事都要精打細算，而且有計劃，有目標。

在接觸一位新客戶時，我不會一開始就單刀直入切入行銷，而是有計劃性的、旁敲側擊地去了解對方的任何細節，這需要一顆**敏銳的、善於觀察人的心**，從他的回答之中，可以解讀出很多訊息，包括作息時間、財務狀況、生日、結婚紀念日、小孩生日，甚至他喜歡什麼，討厭什麼，需要什麼；你要用心感受，讓自己了解他，這就是「算」。

其次，用一些技巧讓客戶事事都會想到你。以前我是用寄卡片的方法，不過一張卡片的成本很高，連郵資算在內，一張大概要二十五塊，後來我索性自己找印刷廠，一張卡片的印刷成本還是要五塊，而且後來客戶多了，寄卡片量也很大，既不方便，互動性也不強，所以我實在是太感謝發明網路、電子郵件的人了！現在我改發電子週報，只要按一下滑鼠，不管在世界上哪個角落，馬上就可以收到，我的電子報內容可不只是限於財稅專業，反正我很愛學新東西，又很雞婆，這禮拜學到什麼、在書裡看到什麼有用的資訊，我完全不吝和客戶們分享。再說，我認識那麼多律師、會計師、學校教授，客戶更是各行各業都有，消息怎麼會不靈通呢？如此一來，客戶有什麼事，馬上第一個就想到我，而且時時會想到我，買房子、投資、理財、報稅……連買車、買化粧品也要問我，即使我不知道，也能幫對方找到問的對象，這樣雖然會很累，不過我個性喜歡熱鬧，也就樂在其中了！

這就是「算」，在無形中讓自己成為別人生活中不可少的一份子，你的機會就比別人多了一大半。

用心感受別人的需要

前文提到，用計劃性的、旁敲側擊的方式去了解對方的任何細節，絕不是直接切入，這裡我要再次提出來強調；為了達到這個目的，從現在開始你要訓練自己有一顆敏銳的、善於觀察別人的心。

我在和客戶接觸時，一開始甚至會聊一些不相關的話題，不讓對方感受到壓力，比方說稱讚他的事業做得很大、店面裝潢得很漂亮、附近房租不便宜等等，這些話題看起來不相關，但是你只要問了，對方多少會有回饋，很多資訊是我們可以從中擷取的，從他的回答之中，可以了解對方大略的財務狀況：店面是自有的還是承租的？本身還有哪些投資？每月的租金多少？他碰到的問題是什麼？在這些過程當中，相信你也觀察到他的喜、怒、哀、樂，他內心的想望，他最得意的事，他避免觸及的事，以及他的恐懼。

接著重點來了，要問自己：「我能幫助他什麼？」

當然，每個人的需要不盡相同，但世界上有些東西是人人都想要，放諸四海而皆準的，不外乎是財富增加，事業蒸蒸日上，所以早期我開發一個企業主之後，一定會幫他做一份「五年營運計劃書」，假設他目前企業的規模是兩家、三家，考量目前的財務狀況、公司的生意好壞，五年後能到達多大的規模？如果要達到這個規模，每年度的目標，又應該如何設定？提供自己的專業，然後全力協助對方達到目標。

當你在付出的時候，不要一面想著自己能得到多少回報；應該專注在如何解決問題上。你愈不去想，未來得到的回報就會更多、更大。

不但提供本身的資源，再進一步地，你更要把身邊的人也拉進來，因為一個人可以是專才，但不可能是全才，記得客戶收到我的「五年營運計劃書」之後，如果某個年度目標無法達成，碰到了瓶頸，他一定會打電話來問我，剛好又是我不懂的問題時，我會說：「您提到的問題，我也沒有相關經驗，不過，我認識很多企業主，他們也曾碰到同樣的問題，讓我來幫你問看看。」

下一次通電話的時候，我會準備好三個成功的案例，在碰到同樣的問題時，這三位企業主採取了哪些方法解決問題？把這些資訊提供給他。

讓自己成為連繫他人、協助他人的橋樑，久而久之，你在客戶眼中就是一個「來源」，解決問題的來源、諮詢建議的來源，他凡事都會想到你，在目標突破，事業有進展的時候，你也會是第一個他想要分享快樂的人。

記得從前有一位朋友來找我，常常看到我在辦公室簽約，十幾分鐘就成交一個大案子，她不知其所以然地說：「原來當一個理財顧問這麼簡單，隨便談談就OK了！」

各位，簽約確實只要十幾分鐘，但是這個客戶我可能已經營三年、五年了，

無數次的電話往來，無數次的奔波拜訪，時時刻刻全力協助，用心感受，這些都是別人沒有看到的。

4. 「量」勝：

「量」，就是大量，廣伸觸角，大量蒐取 AA。

AA 就是企業家、大地主、專業人士、社會上的菁英；看到這裡，如果你認為，是要特別針對這些目標客戶展開行動，強力鎖定這些對象，那你還沒有看懂我的意思。

這個世界上沒有一無是處的人，身邊的每一個人，不管身份地位的尊卑、擁有財富的多寡、學經歷的高低，必定有值得我們學習效法的地方，如果你還沒發現，不代表他沒有優點，只說明了你沒有用心體會，你還不夠謙卑。更何況我看過太多穿著汗衫、短褲、跛著夾腳拖鞋、嘴裡還含著檳榔汁，看起來萬分不起眼的人，結果他名下有著數十筆的土地，不知是多少房子、土地的所有人，所以千萬不要小看任何一個人。

那到底什麼是「量」勝？**就是刻意接近一些社會上的菁英，把自己放進一個人脈的圈子當中。**最簡單的是各種進修管道，現在坊間各類的補習班、在職進修班很多，你應該選擇那些專業度高的，像是財務、企管、語文，一方面培養第二專長，一方面，社會上的菁英都匯聚在這些地方；其次是參加各類社團，比如扶輪社、青商會、獅子會……進入這些社團其實沒有想像中的難，只要找兩位推薦人就可以了。

進入以上的場合，並不是要你在這些地方汲汲營營地找尋客戶；像我當初進入扶輪社的時候，一貫是低調的作風，除非別人問，否則我絕對不會特別去強調；奇怪的是，你愈不去講，別人對你愈是好奇，我記得有一次其中一位社員打電話給我，問說：「美華，妳是不是做財稅、保險的？」我說：「是啊！」「那妳趕快來，這裡有些人要做財稅規劃。」別人幫我做 OP，我去收成。奇妙吧！

大量蒐募 AA，會有複製的效果，在我的合作對象以及準客戶中，很多都是代書、律師、會計師、學校教授、企業主、地主，他們認識更多同行業的人，一個會變兩個，兩個變四個，接下去就愈來愈多，只要有口碑，自然會見識到複製的強大威力，這就是「量」勝。

5. 「形」勝：

形，是形象，包括一個人的外在穿著，帶給別人的印象、觀感等等。

當我們第一次和一位陌生人見面時，你會注意到什麼？無論對方有多麼專業，個性有多麼好，第一進入眼簾的，一定是外在的東西。比方穿著、髮形；身上的各種配件：手錶、項鍊、手機、甚至是女生的耳環、男生用的筆，不管多小的細節，都是別人據此作出判斷的參考。

之前公司有一位女性同仁，對人很好，服務也很熱忱，但是主管卻對她很冷淡，連經過她的位置時，看都不會看一眼，有什麼佈達的事也不會主動告訴她；有一天她哭著跟我說：「總經理，為什麼我的主管都不太理我？」

我說：「妳要聽真的還是假的？」

她說：「當然是真的啊！」

「那我講了妳不要生氣；如果我是那位主管，我可能也會跟他一樣。」

「為什麼？」哭得更傷心了。

我告訴她，應該改善自己的穿著和打扮。

在為自己置裝的時候，如果可以買十件三百元的衣服，那你應該節省下這些衣服的錢，去買一件不論質感、設計、款式都更好的衣服，貴沒有關係，重點是能呈現出價值感，如此才能為你加分。

話說這位女同仁後來還是沒有明顯的改善，有天我實在忍不住了，衝到附近的百貨公司一口氣幫她買了七套衣服，大包小包地交給她：「從明天開始，妳給我一天穿一套！」

一個禮拜之後，她整個人都改變了，又跑來找我，這一次臉上堆滿了笑容：「總經理，現在大家有事沒事就會跑過來跟我說話。」一個業務員第一步是把自己推銷出去，不管在主管面前還是客戶面前都是如此。

穿著能讓你的專業容易被看到，但是一個人的態度才是「形」勝的關鍵。謙虛有禮、認真積極、肯學肯做……這些都是讓別人對你產生好感的不二法門。

業務員是企業家的跳板

要做一個行銷業務人員，不是一件簡單的事？它不像其它職業一樣，也許只要專精一、兩樣領域就可以了，而必須是十八般武藝樣樣精通；我想會做業務的人，比一般人有很大的雄心，往往也是最優秀的人才；你可以看看，現在多少

資料來源：從三仟塊到億萬的致富傳奇 劉美華 總經理著 宏典文化出版

企業家是白手起家的？不但如此，還大多是從基層業務員開始的，由此可知，業務員是企業家的跳板，所以我常勉勵業代，一定要把握住每一個學習的機會，讓自己百鍊成鋼，未來一定有成功的機會。