

一群人 才能走得遠！ 一起做中學， 在安聯 數位資源下 穩定成長

樂群通訊 黃科滬處經理

化危機為轉機，
在故鄉花蓮我要做到最大最好



「我是在2008年3月，也就是金融海嘯前半年加入保險業的，那時候市場超恐慌、很多客戶都受影響，但那時也是我個人業績最亮眼的時候！」英國作家布瑞杰（Burejer）曾說過，在中文裡「危機」分為兩個字，一個意味著「危險」，另外一個意味著「機會」。而安聯人壽樂群通訊黃科滬處經理，就是把握了危機，化為轉機，在保險業成功立足。

初入行就遇到金融海嘯，不放棄與客戶努力溝通創下最大業績量

大學時就已有金融保險相對證照的黃科滬表示，自己對金融業並不陌生也嚮往相關工作，於是在退伍後一年多，選擇安聯人壽，作為自己在保險業的起點。「為什麼選安聯？我從小就念體育班，雖然台灣重視念書，但我更關注各項體育賽事，我發現安聯人壽不僅是國際上保險業的佼佼者，對各項體育賽事的贊助與推動也不遺餘力，贊助的又正好是我喜歡的賽事與球隊，公司的制度、章程這麼完善，又熱心推動體育，我很認同，所以就秉持一股熱情，選擇加入了安聯人壽。」黃科滬說道。

有專業能力、有熱情，黃科滬的加入應該是一帆風順，然而他卻在半年後遇到了一個想不到的壞消息——2008金融海嘯。他說，那時候市場波動大、保戶充滿不安與疑問，對他提供的保單規劃也有諸多質疑，但在公司接受過完整教育訓練與商品資訊的黃科滬，清楚知道公司有完整、多元的保單，且都是從客戶的需求出發，應該要再次溝通清楚，於是他一一跟客戶說明保單的架構、保障的內容，努力的拉近彼此距離、達成共識。

「我給自己的期許是，就算業績不好、保單賣不出去，也不能讓公司的信用與商譽受損，所以每一個項目我都會仔細解釋清楚、一再確定客戶的目標，確認我提供的規劃，是他需要的；即便將來遇到風險，我也能重新喚醒客戶的規劃記憶，讓他知道我們已做好資產與保障的配置，為達成將來的目標，這過程的波

動難以避免但可以將影響減至最少。」黃科滬說道。

也因為這樣認真、負責的態度，反而讓黃科滬創造入行以來業績最大量的2年，他相信公司也相信自己，只要主動面對、積極出擊，反而能讓客戶感受到誠意。

視保險為志業、想在這裡退休，發展組織才能走得長遠走得久

個人業績表現傑出，黃科滬坦言一開始入行沒有發展組織的念頭。但在入行第4年，他發現有一個同期加入安聯的同事，已經帶領一群年輕的夥伴成立自己的通訊處。他說：「看到他有一群志同道合的夥伴共同打拚，而且公司也全力支持，我覺得很羨慕。也開始想：如果我想在這個產業持續下去、想在這裡退休，一群人一定比一個人走得長遠，於是也決定開始積極增員、打造心目中的理想組織。」

只是會銷售不代表懂得管理團隊，黃科滬說自己也是做中學、學中做。像是在增員的時候，他知道現在年輕人敢於表達意見、有自己的看法。但他就是以朋友、長輩的角度，跟他們分享加入保險業後可能會遇到的事情，讓他們了解這份工作；而在新人加入單位後，他也積極喚醒他們的「想要」意識，他認為只有自己想要，才會有動力前進、努力打拚，因此身為主管，他會認

同年輕人的想法，適時給予提點，而不是處處下指令、給要求。

公司數位化成行銷、增員利器，鎖定目標成為宜花東最大的保險公司

而公司優異的數位化，也成為黃科滬在行銷增員、組織管理時，很好的助力。他說安聯人壽很早就投入數位工具與後台支援，讓客戶透過互動式體驗了解保障規劃內容，省下業務員的準備時間；此外數位工具也讓夥伴們不必帶一大本資料向客戶說明，只要用平板或筆電，就能進行完整解說。

回想起加入保險業至今，已有14個年頭，從小在花蓮長大的黃科滬說，自己還是最喜歡花蓮的風土人情，永遠看不膩。因此他落腳在花蓮做保險業、在地壯大組織，他的個人目標就是在退休前成為宜花東最大的保險單位，每位夥伴的收入是平均最大的，希望能讓更多在地人認同安聯支持他而，而他最好的回報，就是用保險幫客戶規劃人生，轉嫁風險，這也是保險的價值與意義。④

