

增員篇 · 自學教案

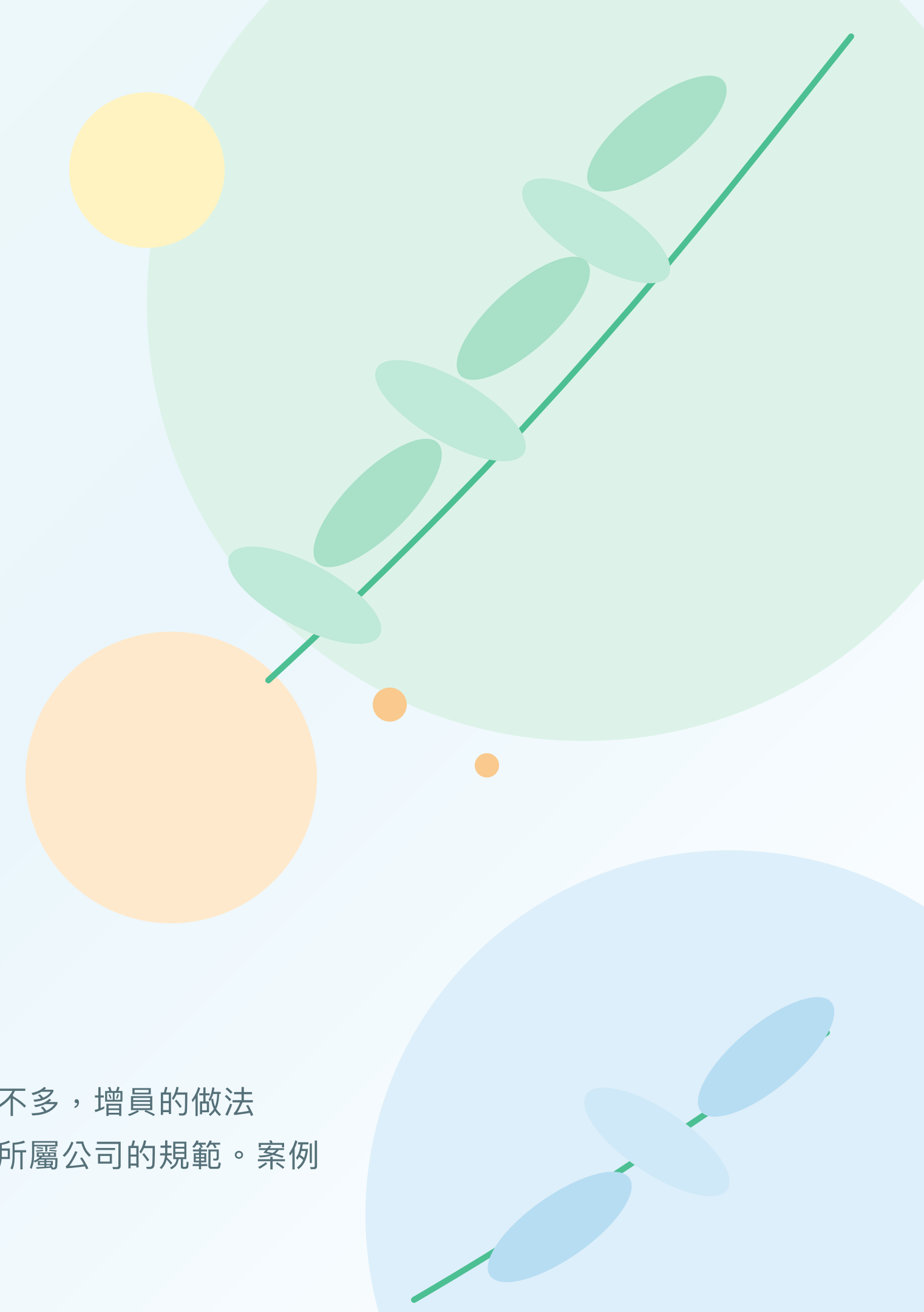
從八向度 到 A 級客戶

增員篇：把關係走成同行

不賭機率，不靠運氣，

清楚自己的每一支名單走到哪。

本教案的方法骨架來自一場關於客戶與名單經營的講座，已去識別化。講座對增員著墨不多，增員的做法是依同一套方法延伸整理的建議，請用自己的實務驗證；涉及收入與獎金的說明，請依所屬公司的規範。案例已去識別化並改寫，示範稿與對話為虛構。銷售的部分，另有一份銷售篇教案。



怎麼讀這份教案

如果你是新手

從頭依序讀。每章讀完做自我檢核，並用手上真實的名單試一次。第一篇是地基，不要跳過。

如果你是資深業務

先看總圖，再讀 1-2、1-4、1-6，找出自己缺的那一塊，再進入第二篇的增員應用。

為什麼

先說要解決什麼。

實例

放進具體的情境。

自我檢核

對照自己的名單。

延伸

推演的做法，
請驗證。

★ 代表「要深談的重點」，要靠以故事換故事。「提醒」與「誠實的界線」是整理者加的，不是講座說的。

整套方法的主線

先讓他喜歡你，再讓他覺得你有用，最後需求會自己浮現。

八向度是地圖，記錄讓進度看得見。

1 分級

名單分成 C、B、A，
每一級只做該級該做的事。

2 推進

用 7 次左右的實體見面，
把 B 級推到 A 級，循序
走三個進程：人設、
以故事換故事、丟餌。

3 記錄

用記錄讓進度看得
見，A 級就是要邀請
面談或說明會的名單。

先說清楚三件事

關於增員篇

講座對增員只提到幾處：
就業軌跡是增員的起手式、
客戶轉成夥伴的案例，以及
「增員當然也是這樣子」。
這份教案是依同一套方法
推演的延伸，做法是建議值，
請用自己的實務驗證。

關於數字

文中的比例、次數與期限
(例如 B 級三個月 7 次)，
是講座單位對銷售名單
實測後的設定，不是通則，
也沒有經過獨立驗證。
增員沒有現成的數字，請當成
起點，依自己的情況調整。

關於案例

案例已去識別化，示範
稿是虛構的，只用來
說明結構。你的稿子必須
是真的：不要照抄，也不要
編造自己沒有的經歷。

先守住幾條線

誠實的界線

不隱瞞意圖：早一點讓對方知道，你想邀請他認識這個行業。不誇大，也不保證收入；收入與人員流動，不必等對方問，也要說清楚。對方說不，就尊重，不施壓。經營的目的，不是讓對方「不好意思拒絕」，而是讓他有足夠的認識，做出自己的決定。

隱私與資料

對方的工作、收入、家人的看法，都是很個人的資訊。只記錄必要、而且對方願意分享的，妥善保管，絕不拿來向他施壓。客戶資料是為保險服務而收集的；要用在增員，須先說明並取得對方明確同意，也不趁客戶想調整或解約時談增員。

目錄

總覽與第一篇 基礎方法			第二篇 增員應用			結語與附錄		
	一張圖看懂整套方法	7	2-1	對象與 A 級的定義	62		結語與這週就開始	76
1-1	為什麼要做這件事	10	2-2	八向度在增員的重點	63	A	十大面向總表	80
1-2	名單分級	13	2-3	三進程怎麼走	64	B	名詞對照	84
1-3	八向度	20	2-4	節奏與追蹤	68	C	自我檢核的參考答案	86
1-4	三進程與 7 次見面	29	2-5	客戶轉增員	69			
1-5	怎麼聊：QAFS	43	2-6	常見問題	72			
1-6	記錄與運作機制	50						

一張圖看懂整套方法（一）：名單到三進程

1 名單池

A 級

少數，正在邀請

B 級

這一季認真經營

C 級

先找共同活動

★ 轉介紹中心

長期經營、常出現

2 推進路徑

C 級

持續累積、開發

B 級

三個月內見面 7 次

A 級

一個月內邀請面談 / 說明會

八向度
完整度

尚未開始收集

約五成

七到八成

3 三進程

進程一 基礎人設與共鳴

1-3 次

收集八向度（★以外）· 基礎人設

進程二 專業人設與深潛

2-3 次

補足八向度· 專業人設· 以故事換故事

進程三 觀念建構與收網

1-2 次

話題轉議題· 丟餌 = 建構觀念

不賭機率，清楚自己走到哪

一張圖看懂整套方法（二）：終點與記錄

4 終點

進程三

增員 事業議題

同意面談或說明會

5 記錄與檢核

行事曆備註

A 表

下月邀請

B 表

7 格 · 一季

固定檢核

每週輔導

每週抽籤

每月盤點

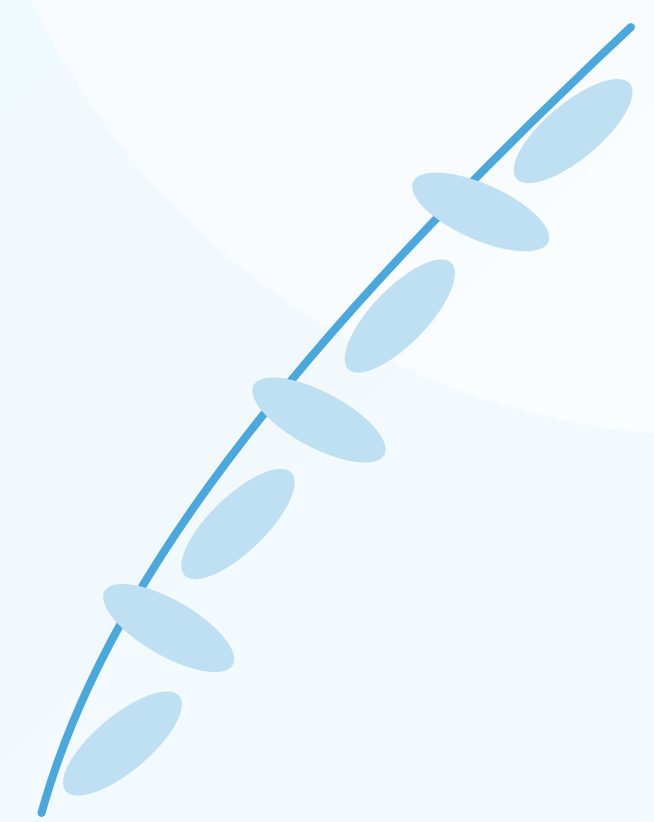
每年複訓

不賭機率，清楚自己走到哪

第一篇

基礎方法： 怎麼經營一位準夥伴

這一篇講的是「一位準夥伴，要怎麼一步一步走到 A 級」。第二篇再把它放進增員：對象是誰，A 級要完成什麼，每個進程聊什麼，又該用什麼餌。



為什麼要做這件事

為什麼

一套看起來很基本的方法，為什麼值得照著做？

讓人看得到進度

新人看得到進度與方向，
不那麼茫然；主管也知道，
增員一個人進來，時間
不會白費。雙方都清楚
每一位準夥伴走到哪，
給的方向才來自現況。

前段關係是後段的前提

講座談的是銷售：前段關係
沒經營好，後面很多事談
不到。增員同理（整理者的
推演）：沒有前面的信任，
邀請只會被當成推銷職位。

讓組織當後盾

由組織訂好固定的時間、
要記錄什麼、要看
什麼，主管比較好落實，
夥伴也比較有動能。

核心觀念：不賭機率

不賭機率，不靠運氣，要清楚自己的進程走到哪。

接觸了很多很多人，卻沒有幾位準夥伴走到可以邀請的地步，問題通常不在次數，而在於：每一次見面，我知道自己要完成什麼嗎？

好的經營有三個不能跳過的進程，而且要在 7 次左右的實體見面之內完成佈局。

給資深的你，與自我檢核

給資深的你

這套內容很基本，但它是為下一代業務設計的，請回到剛入行的那一年來讀。增員也一樣：業績好的人，容易看到合適的人就直接邀請，跳過前段的經營；但前段的信任，常常決定他之後留不留得下來（整理者的推演）。

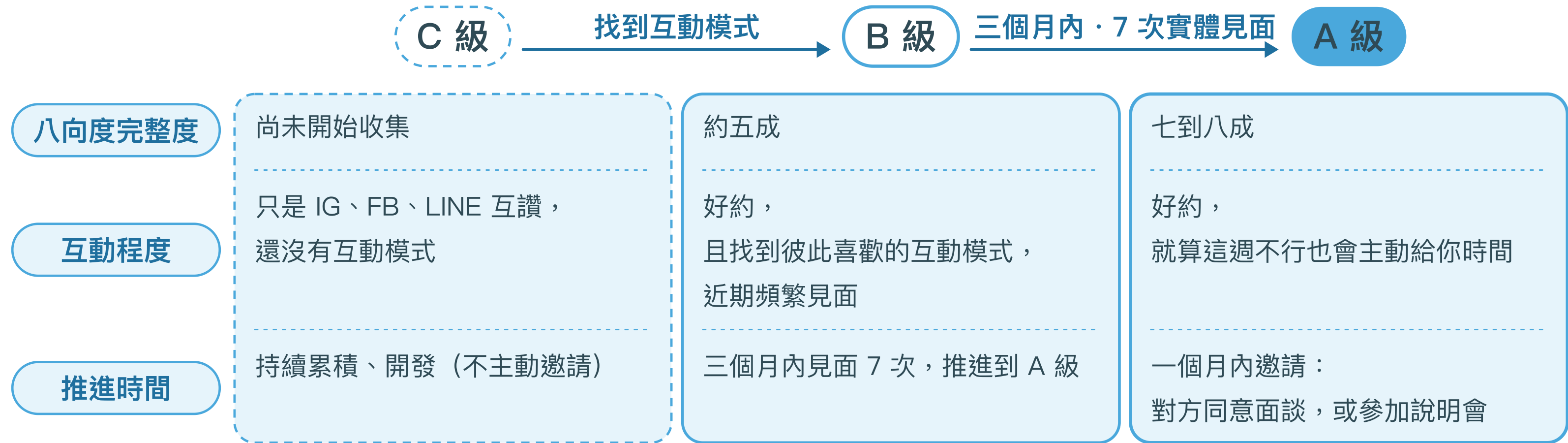
自我檢核

- ☐ 我身邊的準夥伴，我說得出每一位現在走到哪一步嗎？
- ☐ 最近一次和準夥伴見面之前，我事先知道這次要完成什麼嗎？

名單分級：先有共同語言

為什麼

要談「走到哪」，先要有共同語言。三個判斷維度：八向度完整度、好不好約、多久內推進。增員的 A 級，終點是同意面談，或參加說明會。



轉介紹中心

不在階梯上：熱心、人脈廣、樂於幫助別人，長期經營、常出現

怎麼判斷？常見疑問（一）：好約與頻繁

怎麼判斷「好約」？

他說這週不行、下週不行，但

「下個月某天有空，你那天可以嗎？」

這就是好約：他願意把時間給你。

B 級的「頻繁」是多頻繁？

三個月見面 7 次，不是天天見。講座提醒：

每週都約同一個人，對方會覺得奇怪，頻率

要拿捏。重點是找到「我喜歡、你也喜歡」

的事，像吃飯、喝咖啡、打球、露營。不知道

怎麼經營朋友時，先想對方喜歡什麼，或先想

自己喜歡什麼，從哪一邊出發都可以。

整理者補充：「約每兩週一次」是現場聽眾的

算法，不是講座的規定。

怎麼判斷？常見疑問（二）：B 與 C 的界線 延伸

為什麼 B 級只給三個月？

講座單位實測，超過三個月就太久了。
我們是來做業務的，不是來上課的。

為什麼 C 級先不邀請？

離得太遠就談「來做保險」，只會變成
每次見面都在招人。你的身分與來意不必藏，
只是先不邀請。社群這麼發達，只有互讚的名單
很多，這很正常，先找共同活動。他三個月後
可能成為很好的夥伴，現在不急著邀請。

轉介紹中心：要常常出現

延伸

誰是轉介紹中心？

熱心、雞婆、人脈廣、樂於幫助別人的人。
八向度不一定完整，但特質很明確。

怎麼經營？

長期經營，常常出現。不要
太刻意，但要有小小的心意。

例子

（示意例）店家阿姨認識半條街的人。
逢年過節問候一聲，順手分享她感興趣的
資訊。半年後，她主動說：「我外甥剛換
工作，正在煩惱方向，要不要跟他聊聊？」

提醒

心意要在公司與法規允許的範圍內，不要變成
用利益換取招攬，介紹也必須是自願的。

名單的比例：講座的設定，與增員的調整 延伸

講座的設定（銷售名單）

100 支名單庫：A 約 10 支、
B 60—70 支、C 20—30 支，
轉介紹中心不計入。以每週
10 訪為例，約 1 位 A 級、6 到
7 位 B 級、2 到 3 位 C 級。

增員的調整（整理者的建議）

增員沒有現成的比例。先盤點：
身邊誰是準夥伴？依三個維度替
每一位標上 A、B、C。人少
很正常，不必為了湊比例勉強找人；
一季只推進你顧得來的幾位。

講座的數字是銷售名單實測後的設定，請當成參考，不是增員的目標。

名單池、B 表、A 表：逐層縮小的漏斗

延伸

名單池 你認識的準夥伴

B 表 這一季要推的

A 表 下個月要邀請的

A 表放什麼？

只放下個月真的要邀請的人，
並先寫下預計邀請的週別。

數字怎麼定？

講座的 15 支與 4—5 支，是銷售名單的設定。
增員請依自己手上的人選與時間調整，原則
不變：一季只推你顧得來的幾位，A 表要精準。

常見誤解

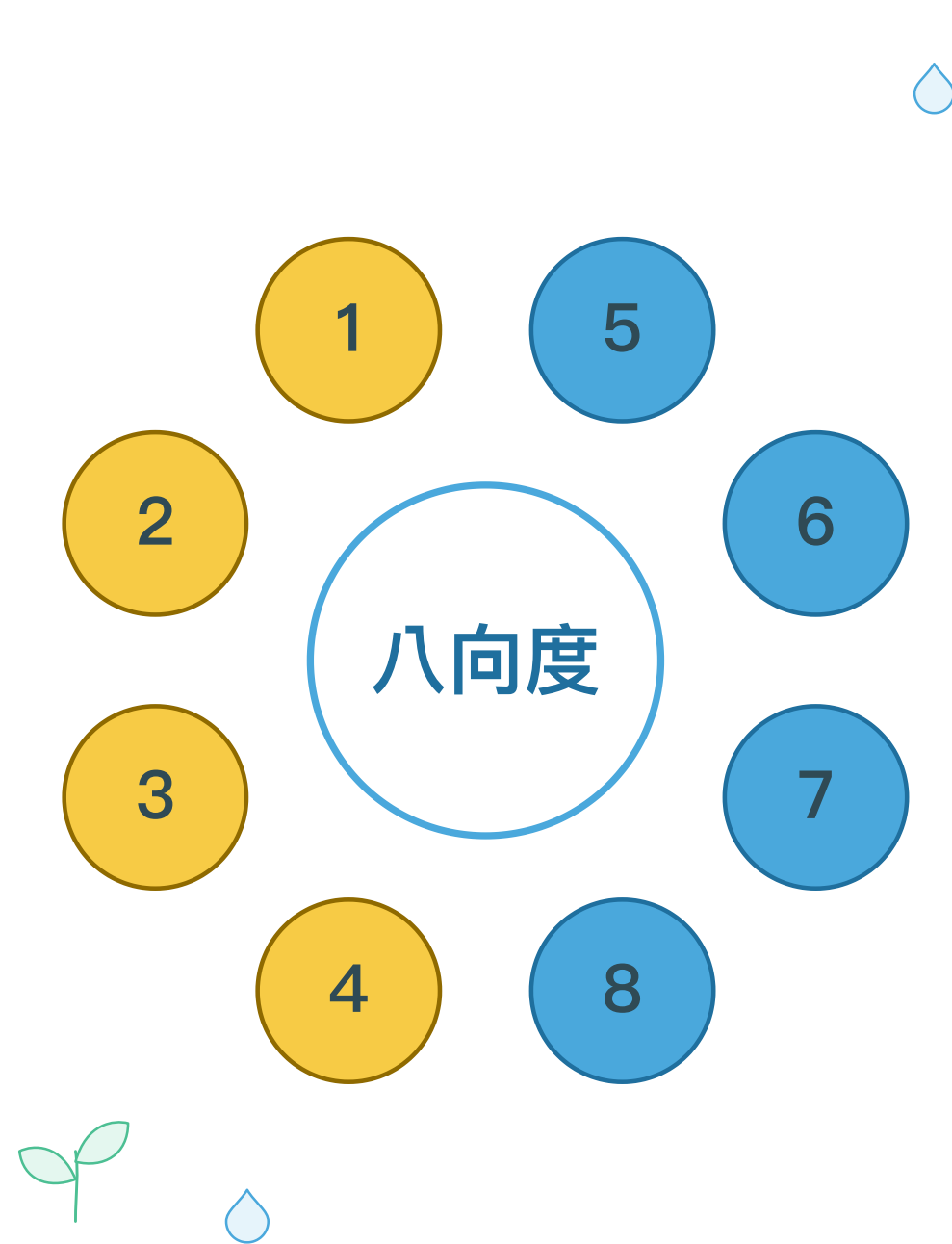
名單池不是全部都要做。你只需要
把這一季的幾位 B 級，一位一位推進。

自我檢核：名單分級

自我檢核

- ☐ 情境題：甲同學，LINE 互讚三年，沒單獨見過面；乙朋友，每兩週固定和你喝一次咖啡，已經見了 2 次，八向度大約收集了五成。
各是哪一級？現在可以邀請他來聽說明會嗎？（參考答案：附錄 C）
- ☐ 把身邊可能的準夥伴寫出來，替每一位標上 A、B、C，並找出「其實是 C，卻被我當成 A 在邀請」的人。

八向度：要收集哪些資訊



★ 要深談的重點：以故事換故事

- 1 家庭
家庭關係與家人工作、父母的教育理念
- 2 工作狀況
就業軌跡
- 3 財務狀況
投資理財觀念、理財工具、
收支與生命線、資產 / 負債 / 現金流
- 4 對未來的擔心與期待
人生計畫、家人期望

其餘：一問一答

- 5 Keyman
- 6 保單現況
- 7 購買過程
- 8 同業 /
無法立即買保單的競爭資訊

5—8 項通常最容易在第一次見面就聊到

進程一：

★ 以外的都要問到，
約七成必要資訊

從聊天中自然蒐集資訊，找出需求與決策關鍵人

八向度（一）：家庭

為什麼

八向度不是問卷，而是聊天時心裡有數的一張地圖。★ 項目要用以故事換故事去換。

向度	要了解的內容（★ 要深談）	小提醒
1 家庭	哪裡人（地緣關係） 家住哪 家庭人口組成★（家人的工作與就學、家庭關係、交友） 父母的教育理念★ 成長過程的重要事件	哪裡人：人親土親，一切都有關係。 家住哪：聊住家附近的美食、娛樂。 父母的教育理念：聽他怎麼敘述家庭，看到這個人的另一面。 成長事件：有趣的事件可以緩解氣氛、拉近距離。

八向度（二）：工作狀況

向度	要了解的內容（★ 要深談）	小提醒
2 工作狀況 (增員的主軸)	就業軌跡★（學歷、轉職頻率） 目前的工作：薪資、產業、職務內容、 公司福利、升遷狀況	就業軌跡：看到轉職頻率與學業狀況，是重點， 也是增員的起手式。 薪資：631 概念的起頭（講座未展開說明）。 產業：聊聊這個產業你所不知道的事。 職務內容：看到責任承擔與每日工作。 福利：可順勢分享自己公司的福利（據實說明）。 升遷：知道他的未來發展性。

八向度（三）：財務與未來

向度	要了解的內容（★ 要深談）	小提醒
3 財務狀況	投資理財觀念★（了解他用什麼工具做理財）、 收支與生命線★、資產負債與現金流★	生命線：把一個人從出社會、成家、退休到安養，一生的收支畫出來給他看。
4 對未來的擔心與期待	人生計畫★（買房、買車、退休、家人撫養與奉養）；家人的期望與意見介入程度★	買房、買車偏短期；退休與奉養可以聊得多，也牽涉到另一半與雙方家人。

八向度（四）：5 到 8 項，增員時怎麼看 延伸

5 Keyman

家人或另一半，是不是他職涯決定的意見領袖，或有建議權的人。
要等前面收集完備，水到渠成地看出來。

6 保單現況

他自己有哪些保險、認識多少。主要用來了解他對保險的認識與經驗，不必深挖。

7 購買過程

當初怎麼買的、是誰賣給他的，
看出他怎麼看待業務與保險。

8 同業資訊

他對保險業務人員與這一行的看法。知道他的印象，進程二才知道要補哪些資訊。

這一頁是整理者把講座的 5 到 8 項，換成增員的角度。6、7、8 在第一次見面通常最容易聊到。

進程一，要問到哪裡？

★ 以外的項目，在進程一都要問到。

問到了，大約就有七成的必要資訊；★ 的部分，慢慢收集。

簡單的問題，一問一答

哪裡人、家住哪，一問一答就好。刻意延伸，會讓人覺得「何必這麼刻意」。

常見誤解

★ 的項目牽涉對方的想法、擔心與害怕，一問一答問不出來，所以要用故事去換。但它標的是「問法」，不是整個向度都要深談：哪裡人、目前的工作，第一次見面就可以問。

Keyman：誰在影響他的決定 延伸

- **第一層** 他自己：職涯的決定，最後還是他本人的意願
- **第二層** 家人或另一半：在家裡說話有份量，可能左右他的決定
- **第三層** 有建議權的人：他敬重的前輩或朋友，一句話就能讓他願意聽
- 多半不是直接問出來的，而是在收集家庭與家人期望的過程中，水到渠成地看出來

對照銷售的三層

講座的三層是繳保費的人、意見領袖、有建議權的人。這一頁是整理者換成增員的角度。

提醒

若要邀請家人一起了解，先徵得本人同意；仍以本人的意願為主。

尊重與隱私

守住這幾條線

- 家庭、薪資、財務與健康，都是很個人的資訊，只收集真正需要的。
- 對方不想談就停，不追問。
- 增員時，對方的收入、職涯與家人的看法尤其敏感：只記對方願意分享的，不拿來施壓。
- 記錄要保密，並依所屬公司與個資相關的規定處理。
- 身體狀況、家人與朋友的狀況（附錄 A）這類延伸面向，只在對方願意聊時才問。

自我檢核：八向度

自我檢核

- ☐ 想一位正在經營的準夥伴，我能列出他 ★ 以外的項目嗎？缺哪幾項？
- ☐ 我知道他的就業軌跡嗎？家人對他現在的工作
與可能的新工作，是什麼態度？有誰是他的意見領袖？

三進程與 7 次見面（一）：三個進程

為什麼

三個進程合起來，是一套信任的建構架構；靠的是依序完成，不是多見幾次。

你懂我，我也懂你

此時只欠東風

○ 進程一 基礎人設與共鳴

建立信任，了解他在意的事

- 收集八向度
(★以外的都問到)
- 建立基礎人設：
整潔、得體、讓人願意相處



● 進程二 專業人設與深潛

創造被利用價值，補足缺漏資訊

- 補足八向度
- 專業輸出：成為高價值的資訊源
- 自我分享：以故事換故事

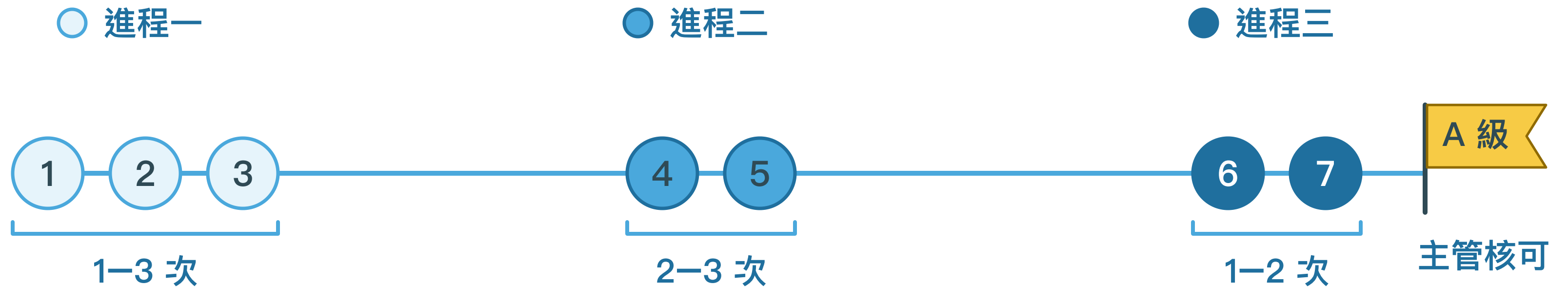


● 進程三 觀念建構與收網

精準丟餌，進入事業議題

- 話題轉議題
- 丟餌：建構觀念，而非推銷職位

三進程與 7 次見面（二）：7 次見面



次數為彈性區間，合計約 7 次

✗ 只算實體見面；LINE、電話不算次數

進程一：基礎人設與共鳴（1-3 次）

收集八向度

★ 以外的項目都問到，大約是七成的必要資訊。B 升 A 的標準，以主管對完整度的判斷為準。整理者補充：A 級要求八向度七到八成，進程一做完約七成，講座沒有細講兩者怎麼銜接；升 A 級仍須主管核可。

建立基礎人設

基礎人設，就是你給人的第一印象：整潔、得體，讓人願意跟你相處。它看起來很基本，卻是進程一裡最重要、也最容易被忽略的部分，需要刻意準備與練習。整理者提醒：準備是為了呈現最好的自己，不是偽裝成另一個人。

目標：建立信任，了解他在意的事。

進程二：專業人設與深潛（2-3 次）

專業輸出

廣泛展現知識與常識，
成為高價值的資訊
源；用專業輸出，
建立專業人設。

填補缺漏

補齊還沒聊到的
資訊，探索對方擅長
與好奇的未知領域。

自我分享

分享自己的就業軌跡、
家人的看法、人生的擔心
與期待，以故事換故事，
引導對方坦誠相見。

專業人設，是讓對方覺得「你是很重要的資訊來源」，增員版的例子：
分享產業與職涯的趨勢，或這一行的專業與案例，但不急著推銷職位。

專業人設：話題與資訊的來源

- 業務工作像一個支點，串起很多不同的產業，所以能分享的資料與時事很多
- 知識與常識不必很硬。話題是一條條連出來的，例如：台北→101→跨年煙火，或咖啡→產地→烘焙→開店的甘苦（示意，請換成自己的）
- 連線越多，越能聊得久，對方也越容易把你當成有趣的資訊來源
- 沒有話題時，可以聊時事或統計資訊，但不要急著帶到邀請。
避開政治、宗教等容易引起爭議的立場（這是整理者的提醒）

專業人設：說得出來，才算數

- 專業人設的基礎是「說得出來」：知識與常識放在腦子裡還不夠，要能清楚說出一個概念
- 年輕業務之間的差異，常常就在於是否持續累積，並自然地說出別人沒說的資訊
- 你有多少東西可以被對方用上、說得出口的內容有多少，決定他願不願意和你多聊
- 引用資料時，請標明出處與年度，並使用最新的官方統計

進程三：觀念建構與收網（1-2 次）

話題轉議題

前兩個進程收集到什麼，就有什麼餌可以丟。適時把話題轉成議題，進入事業與職涯的討論。

做法會改，人設不會變

這是你和其他業務的差異化所在。

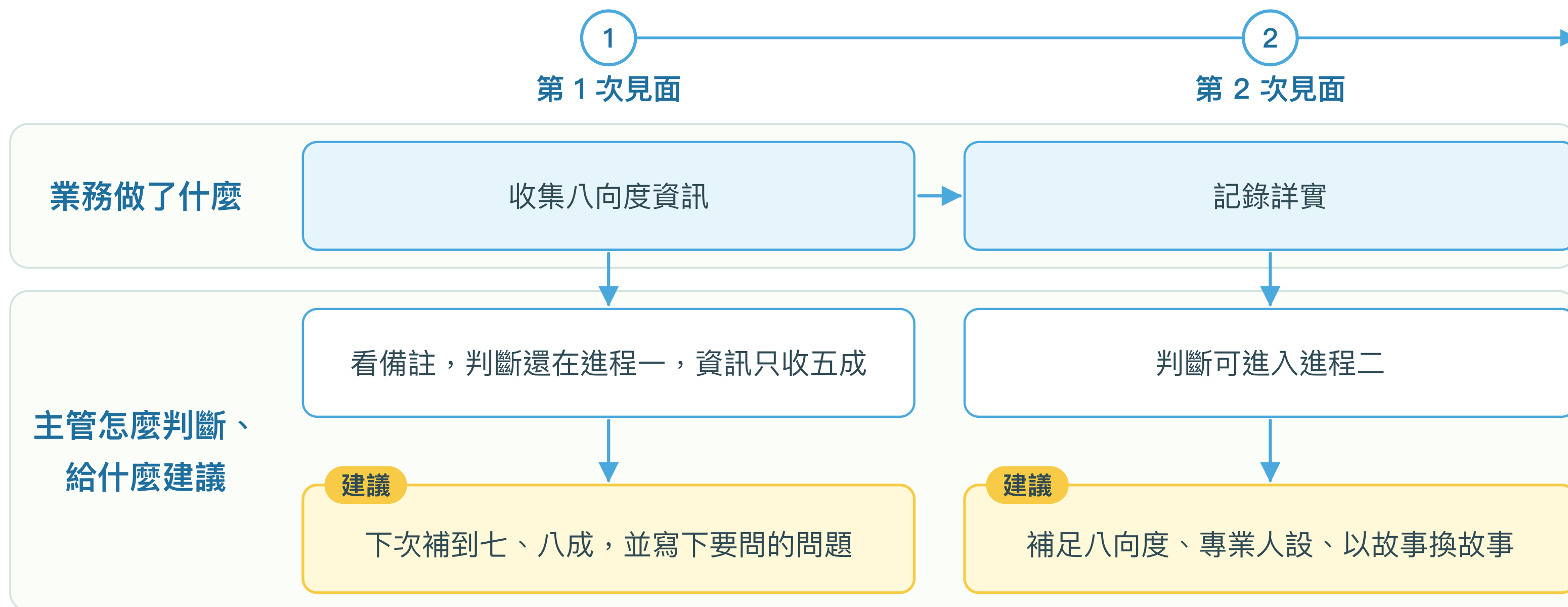
走完前兩個進程，對方心裡的話

「你懂我，我也懂你。我知道你的家庭背景，你也知道我的；你常分享有用的資訊；我也看得到你在這一行有多認真。」

這時只欠東風。他比較不會抗拒，因為關係早就不只是邀請的人與被邀請的人。對方仍然可以說不，那也是他的決定。

實例：一位準夥伴的推進過程（一）

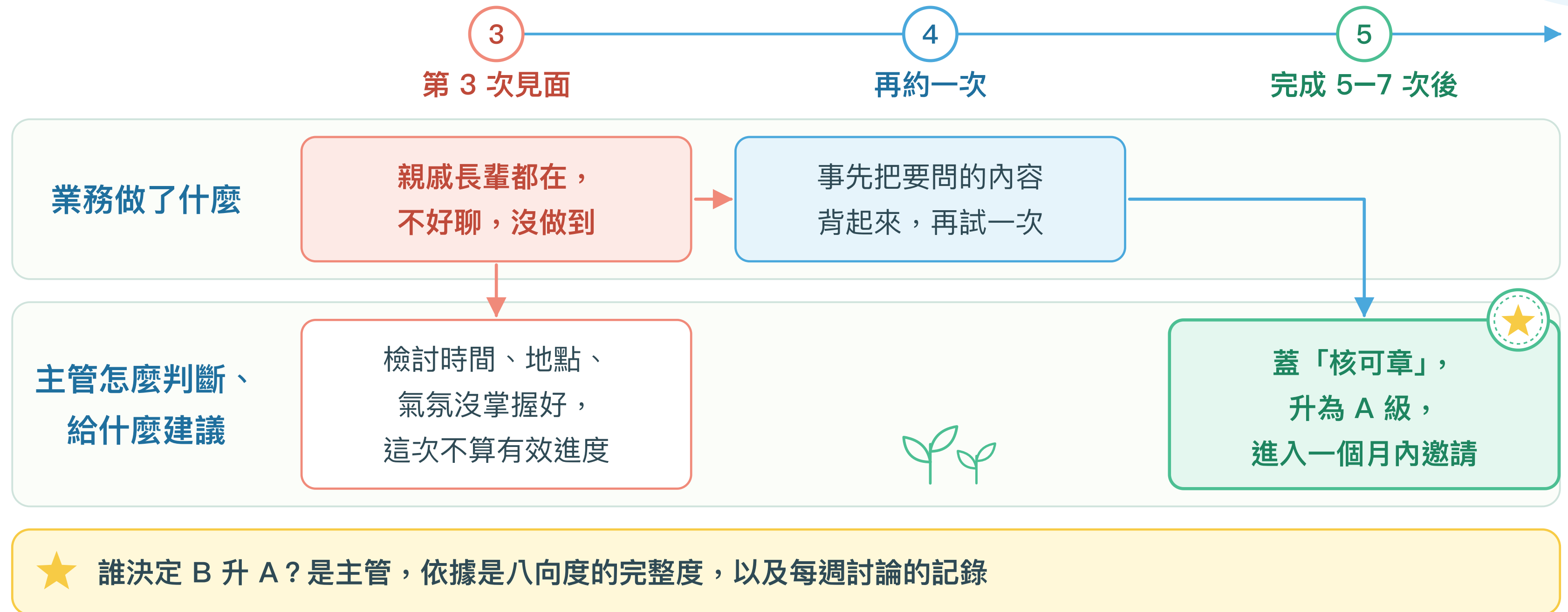
延伸



示意：把講座中的一個推進案例，套用到增員

實例：一位準夥伴的推進過程（二）

延伸



這個例子的三個重點

1

主管看的是進度，不是邀請

走到第幾個進度、完成多少，
而不是先問「有沒有邀請他」。

2

第 3 次沒有掌握好，不算有效進度

時間、地點、氣氛沒有掌握好，沒做到該做的事。

3

再約之前，把要問的先背起來

再試一次，這次就知道每一次去的意義。

常見誤解：7 次不是通關條件

蓋章主要看八向度的完整度與記錄。
講座提到，7 次、甚至 5 次到位，
也可核可升 A 級；「次數
只是參考」是整理者的歸納。

沒有主管帶你？

整理者的建議：用同樣的標準自己
判斷，並請一位前輩或夥伴幫你把關。

每一次見面，目標別訂太多

- 一次不要鎖定太多問題
- 見面前先和主管討論這次的目標
- 哪怕只完成一兩個向度，
你也會很有成就感

收集，發生在活動之中

多半是在共同的活動裡，例如喝咖啡，話題自然帶出來，而不是為了收集而約訪。

團體活動很難收集

團體活動多半只是聊些有的沒的，
不容易成為收集資訊的管道。

丟餌：建構觀念，而不是推銷職位 延伸



錯誤認知

談論職位的好處、收入、頭銜



底層邏輯

不同的魚，吃不同的餌：建構觀念，而非推銷職位



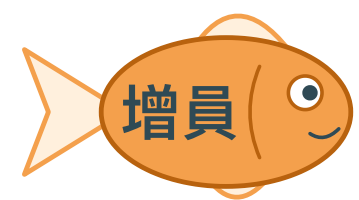
四個激發需求的切入點

長期習以為常

同頻率想法

害怕 / 挫折的留存印象

兼看風險與好處的方案



餌

職涯發展與專業成長、時間與自由度、人脈與幫助他人的價值

收入屬於八向度的資訊蒐集，不當作吸引手段

不同的魚，吃不同的餌（增員的餌是整理者的歸納）

丟餌的四個切入點，與誠實的界線

四個切入點

- 長期習以為常的做法
- 同頻率的想法
- 害怕或挫折留下的印象
- 兼看風險與好處的解決方案

誠實的界線

- 「丟餌」是比喻：提出對方真正關心的觀念與話題，不是設圈套。
- 說真話，不誇大、不恐嚇。
- 對方自願，說不就停，不施壓。
- 你的身分、公司與目的要清楚，不隱瞞。

可以這樣理解：從這幾個地方出發，需求比較容易自己浮現。具體的手法，每個人不同。

自我檢核：三進程

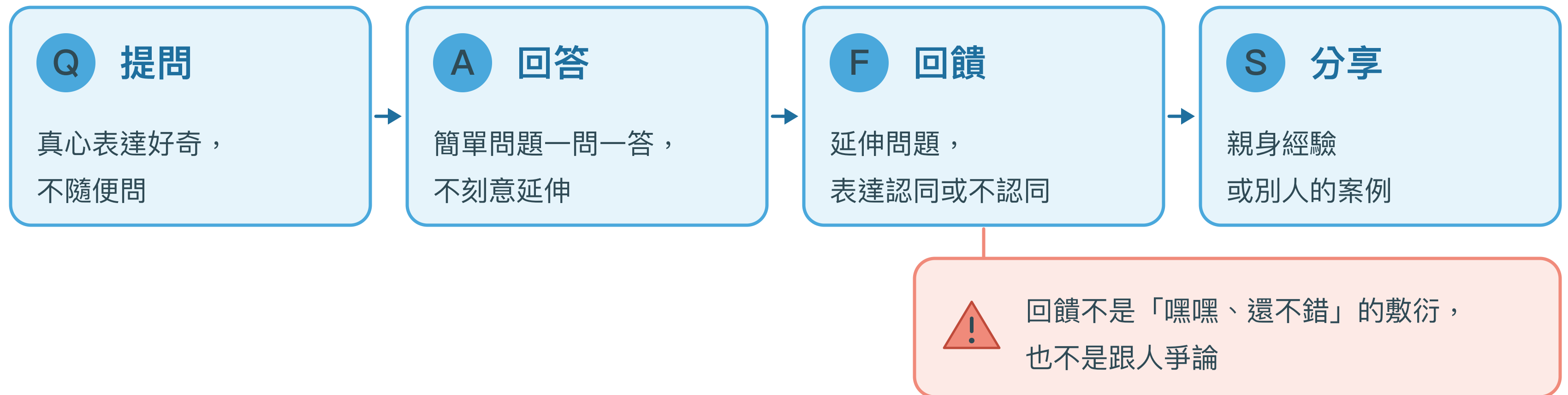
自我檢核

- ☐ 情境題：第 3 次見面，親戚長輩都在場，你完全沒機會問任何一個向度。
這一次算不算有效進度？下一次你會怎麼約？（參考答案：附錄 C）
- ☐ 手上的一支 B 級，現在在第幾個進程？我的依據是什麼？
- ☐ 我的見面次數裡，有沒有把 LINE 與電話算進去？

怎麼聊：QAFS 與以故事換故事

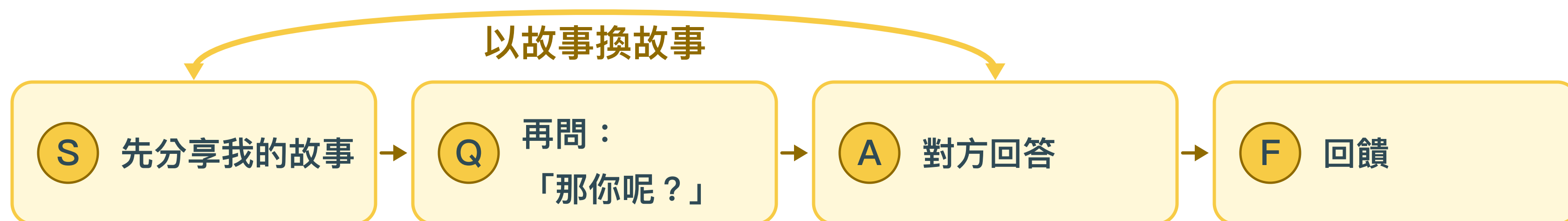
為什麼 要能檢核，就得有共同的規矩：我怎麼問、他怎麼答、我怎麼回饋、我怎麼分享。

QAFS：一般的聊天提問



SQAF：不好問的，先分享

SQAF：不好問的 ★ 項目，把分享拿到前面



簡單問題（例如：家住哪）：一問一答就好，不必延伸

SQAF 的對話示範

延伸

- 先分享我的故事，再問「那你呢？」
- 用我的故事，換你的故事

Q 要真心；問題問得對，對方感受得到。

實例・虛構的 SQAF 對話

S 「我剛畢業那兩年換了三份工作，每次都在想：這真的是我要的嗎？」

Q 「你有過類似的時候嗎？」

A 「有。我現在這份做三年了，有時還是會想，五年後我會是什麼樣子。」

F 「這種不確定的感覺不好受。你最近比較在意的，是現在的工作內容，還是未來的方向？」

每位夥伴，準備三份自己的稿子

延伸

每位夥伴準備三份自己的稿子

1 我的就業軌跡

為什麼走進這一行，怎麼走到今天

2 我對未來的擔心與期待

我想要的生活，與目前的距離

3 我的家庭

家人怎麼看待我做這一行
(要是真的，而且說得出口)

一份好稿子的三個重點

1 一件事的衝擊

2 一句家訓，或支撐你的話

3 父母（或這段經歷）留下的價值

聽的人會感覺：我們在聊重要的事

我的故事

以故事換故事

你的故事

三份稿子沒有對錯，但你總要說得出一套（增員版是整理者的延伸）

示範：一份就業軌跡稿（虛構）

延伸

實例・虛構的示範稿

「我大學念外語，畢業後在貿易公司做了三年行政助理。工作很穩定，但做到第三年，我發現自己看得到十年後的樣子，而那不是我想要的。那一年我一邊上班，一邊去聽各行各業的人怎麼工作。我第一次懂得，選工作，其實是在選一種過日子的方式。後來我走進現在這一行。我學到的是：與其等答案出現，不如先踏出去，再慢慢調整。」

三個重點（整理者的歸納）

- ① 一件事的衝擊（例如一次轉職）
- ② 一句支撐你的話
- ③ 它留給你的價值

誠實的界線

你的稿子必須是真的。這份示範稿是虛構的，只用來說明結構，不要照抄，也不要編造經歷。

換你寫寫看

練習

寫下你的就業軌跡稿，再放聲說一次：

一件事的衝擊

一句支撐我的話

它留給我的價值

怎麼練習？

- 先對自己的主管做一次八向度收集，由主管扮演準夥伴，模擬現場的樣子；也可以對夥伴練習。
- 單位可以辦說故事比賽，針對這三份稿子，看誰最能打動人。
- 每次見準夥伴前，把這次要開的話題，先和主管討論並演練過。

自我檢核：怎麼聊

自我檢核

- ☐ 情境題：對方只回你「還好」，你想聊他對現在這份工作的擔心。你會直接問，還是先說自己的故事？請寫出你的前兩句話。（參考答案：附錄 C）
- ☐ 三份稿子，我現在能說出幾份？
- ☐ 最近一次聊到 ★ 的項目，我是直接問，還是先分享了自己的故事？

記錄與運作機制：讓進度看得見

為什麼

進度看不見，就沒有辦法討論。記錄是這一切的基礎，它讓你和主管能就同一份事實說話。

給每位業務：你自己的記錄

行事曆備註、A 表（大魚）、
B 表（小魚）、每月節奏。

給主管與組織：固定的檢核

每週輔導、每週抽籤、
每月盤點、每年複訓。

如果你身邊沒有主管或組織，至少把前者做好。

行事曆備註：最簡單的記錄 延伸

- 每次見面後，備註寫下：
幾月幾號、收集到哪些向度
- 同一個人見三次，就有三則疊加的備註；
搜尋對方姓名，就能一次看到全部
- 行事曆與主管連動，輔導時直接看
- 主管先看「走到第幾個進度、
完成多少」，不是先問有沒有邀請

不要寫

「聊很開心，他好像對這行有興趣。」

要寫

「第 2 次見面。收集到：2 工作狀況、
1 家庭的基本資料、8 對保險業的看法。
還缺：5、6、7 與 ★ 的項目。完整度約
五成，仍在進程一，下次補齊，不邀請。」

A 表與 B 表的樣子（增員版）

延伸

A 表：下個月要邀請的人，精準不靠機率

綠＝照計畫邀請

紅＝沒照計畫

姓名	前一	前二	W1	W2	W3	W4
人選 A						預計 23 日邀說明會
人選 B						

B 表：這一季要經營的人，以季為單位

姓名								主管建議下次要問的問題
人選 C	1	2	3	4	5	6	7	
人選 D	1	2	3	4	5	6	7	
人選 E	1	2	3	4	5	6	7	
⋮								

★ 支數沒有標準答案，一季只放顧得來的幾位；其餘下一季繼續經營



A 表：精準，不靠機率 延伸

- A 表只放下個月真的要邀請的人。
數字沒有標準，依自己手上的人選調整，不必比照銷售的 4-5 支
- 若每一位都排在同一個月，等於同時要邀請所有人，很少人做得到，所以要精準，不靠機率
- 每月固定的日子（例：月底）
一過，隔天起準備下個月的 A 表

邀請之前，要準備什麼？

他的就業軌跡與擔心、
他對這一行的印象，
以及這次邀請的是面談
還是說明會，要用哪一個餌。

A 表的欄位與週別 延伸

- 欄位：前一、前二（準備下個月的週別），加上 W1—W4，共六個週別
- 例：預計 23 日邀請他參加說明會，就寫進對應的週別，並在前面的週別寫下要先準備的事

A 表：輔導、標色與回頭看 延伸

- 輔導時，主管會問：你邀請了嗎？他怎麼說？給我看記錄
- 有照計畫邀請標綠；沒照計畫標紅。對方答不答應是他的決定，被拒不算失敗。剛開始紅色偏多是正常的，持續記錄
- 上個月做得好，就把進行中的人選排進下個月
- A 表要留著：沒談成或還沒準備好的人，可以回頭看當時發生了什麼事；紅綠的變化，也看得出自己的計畫是不是逐月做得更到位

B 表：一季推進的準夥伴

延伸

B 表怎麼用

以季為單位，每位 7 格，對應 7 次見面，記錄日期、進程與內容；主管在後面寫下次建議要問的問題。

期待值

支數沒有標準答案。一季只放你顧得來的幾位；推到 A 級的，下一步才是邀請，其餘下一季繼續經營。

提醒

節奏是用來幫你規劃，不是用來催促對方。邀請以對方的意願為先，不要為了趕進度而推動。

組織怎麼固定檢核



檢核要做得起來：先帶好主管

- 表格能不能做起來，和主管有多理解、多認同有很大關係。主管越懂這套方法，夥伴越容易把表格填完整，所以先把主管帶到位，再要求夥伴
- 抽籤的用意：每位主管都可能被點到，輔導就會更認真看待；單位也能很快看出這位主管對那支名單的掌握
- 改善的節奏：發現問題 → 找人討論 → 先執行看看 → 再檢討、調整
- 表格不必照抄：依自己的習慣設計成看得懂的樣子，重點是欄位看得出進度。有聽眾分享：想開始，可以先從八向度收集和名單分級做起

夥伴不願填表，怎麼辦？

- 從「做這件事有什麼好處」開始說服
- 一艘大船很難一起啟動，先從兩三個人的小團隊做起，等團隊的關鍵指標變好（講座單位另有幾項固定追蹤的關鍵指標，講座未逐項說明），再向上提案
- 有人問「可以不做的嗎？」：告訴我不做的原因。如果你拿得出業績，我可以豁免你。但這些做法的起心動念，都是為了大家越來越好。講座單位的做法：被抽到卻沒準備的主管，會被問到原因，這也是在示範給夥伴看，什麼是被重視的事

終極目標

夥伴能自發地做這些事，不需要被表單與八向度限制。到了那一天，這些工具都可以拋開。但在那之前，請先跟著做。

自我檢核：記錄

自我檢核

- ☐ 情境題：某次的備註只寫了「聊很开心，他好像對這行有興趣」。請改寫成能讓主管看出進度的備註，並判斷下次要不要邀請。（參考答案：附錄 C）
- ☐ 我最近三次見準夥伴，備註寫的是「聊了什麼」，還是「收集到哪些向度」？
- ☐ 我下個月的 A 表，現在有幾位？每一位都有預計的日期嗎？

第二篇

增員應用： 把關係走成同行

同一套經營方法，用在增員上：對象是準夥伴，
終點是同意面談或說明會，餌則換成事業的觀念。



對象與 A 級的定義 延伸

初入社會的年輕人

就業軌跡還短，還在找方向。

想轉職的上班族

有工作經歷，對現職有擔心，或想換跑道。

既有客戶

已有信任與八向度資料，重新畫像。

緣故（親友、同學）

人親土親，但要把關係升級成專業人設。

增員的 A 級，終點是「同意面談，或參加說明會」。

其餘判斷同第一篇：八向度完整、好約、一個月內可以推進。

八向度在增員的重點

延伸

向度	增員時看什麼	小提醒
2 工作狀況 ★ (主軸)	就業軌跡：轉職頻率、學業狀況。目前工作：產業、職務內容、公司福利、升遷狀況。	就業軌跡是增員的起手式，也是最直接了解一個人的資訊。升遷看出他的未來發展性。薪資只當資訊蒐集，不當吸引手段（整理者的建議）。
4 對未來的擔心與期待 ★	人生計畫與家人期望：目前的工作，能不能支撐他想要的生活。	用自己的故事去換。這是對方做職涯選擇時最真實的理由。
1 家庭 ★	家人如何看待他的工作，以及他可能選擇的新工作。	許多人進入這一行時，會遇到家人反對。先理解，不爭論。

3 財務狀況在增員時不深談。5 到 8 項的增員版，見 1-3（四）。★ 的項目，要用以故事換故事去換。

進程一與進程二：先成為值得交流的人 延伸

進程一：基礎人設與共鳴

從共同興趣的互動開始，建立信任，並自然收集工作狀況等基礎資訊。目標是讓他喜歡「你這個人」，願意跟你相處。

進程二：專業人設與深潛

創造被利用價值，補足缺漏資訊：讓他覺得，和你交流是有收穫的。下一頁是增員版專業人設的四個內容。

增員的專業人設，四個內容 延伸

產業與職涯的趨勢資訊

各行各業的轉職、薪資成長與發展現況。
見面前，先和主管確認要聊什麼。

保險業的專業知識與案例

例如癌症時鐘、理賠數字等，
讓對方看到這一行的深度。

我自己的轉職與成長故事

以故事換故事：例如「我學的是
A，最後做了 B」的就業軌跡，
換出對方的就業軌跡。

跨產業的資源串聯

業務像支點，能把不同產業的人串
起來：你有多少東西可以被利用，
他有多少東西可以被你利用。

進程三：觀念建構與收網（丟餌）

延伸

職涯發展與專業成長

讓他看見：在這一行可以
學到什麼，往哪裡走。
對應八向度裡的「升遷
狀況」與未來發展性。

時間與自由度

工作方式的自主性。
對應他對目前職務
內容與作息的感受。

人脈與幫助 他人的價值

業務像支點，串起
不同產業，也能
幫助身邊的人。

增員的餌（整理者的歸納），是建構事業的觀念，而不是推銷一個職位。收入屬於八向度的資訊蒐集，不當作吸引手段。談「時間與自由度」時，請同時說清楚責任與工作量，不誇大。

四類對象，適合的餌

延伸

對象	切入重點	適合的餌
初入社會的年輕人	就業軌跡還短、還在找方向；留意家人的態度	職涯發展與專業成長
想轉職的上班族	轉職頻率、對現職的擔心與天花板	時間與自由度 職涯發展與專業成長
既有客戶	已有信任與八向度資料，重新畫像	人脈與幫助他人的價值
緣故（親友同學）	人親土親，但要把關係升級成專業人設	人脈與幫助他人的價值



搭配為建議，請依自己的對象調整

走完前兩個進程，邀請「面談」或「參加說明會」，會自然許多。

節奏與追蹤

延伸

骨架不變，數字可調

建議以「三個月、7 次實體見面、A 級一個月內推進」作為起點。時間彈性或原本就很熟，可以縮短；拉得太長，就回頭檢查是不是卡在某個進程。

沿用備註與 A、B 表

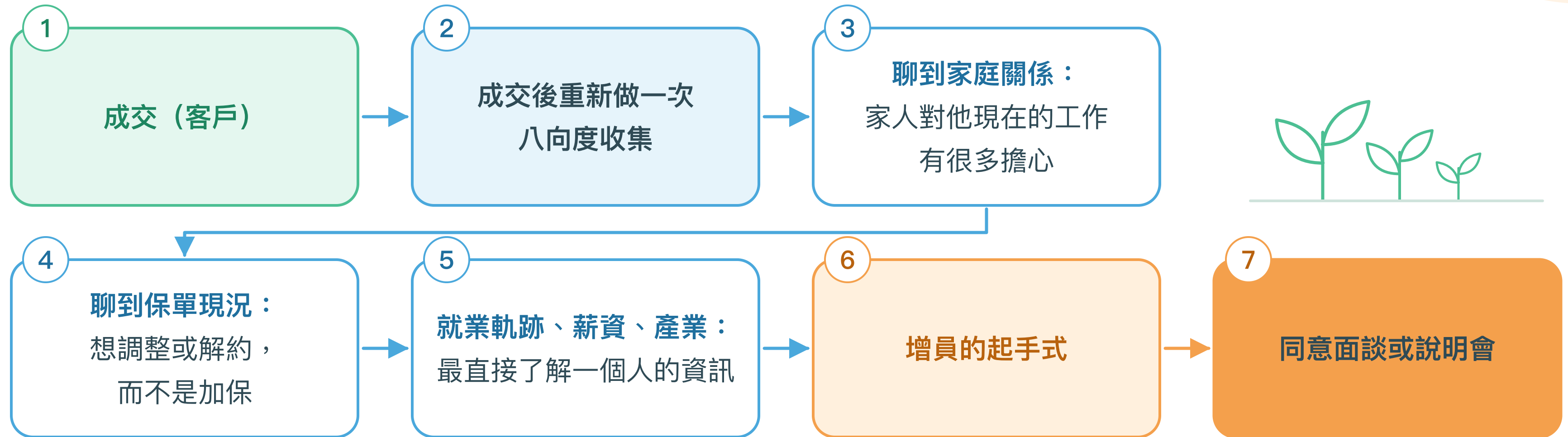
增員版的備註同樣記向度與進度：收集到哪些向度、走到第幾個進程、下次要問的問題、預計邀請說明會的時間。只記對方願意分享、且必要的資訊。

隱私提醒

這些都屬於個人資訊，只記錄必要的，並妥善保管。A 表同樣要精準，不靠機率。

客戶轉增員：一條可能的路徑

延伸



每一個客戶，都值得重新畫像一次



這條路徑是整理者依一個講座個案重組的，不是講座的固定步驟

客戶轉增員：一個例子與三個提醒

延伸

實例

一位客戶，成交之後，在做八向度的收集時，聊到家庭關係，他說：「其實我太太，對我現在的工作有很多擔心。」接著聊到保單現況，他提出的不是加保，而是想調整，甚至解約其中一部分。再往下，是他的就業軌跡與產業狀況。幾年後，他決定自己加入這一行。

1

每位客戶都值得重新畫像

成交之後，往往還能發現很多不同的事。

2

就業軌跡與薪資產業

是第一次了解一個人最直接、也最棒的資訊。

3

八向度不只用在成交

也同樣用在增員。

客戶轉增員：兩條界線

延伸

這是單一個案

不代表每位客戶都適合，也不要預設客戶「應該」成為夥伴，更不趁客戶想調整或解約時談增員。

資料的使用

客戶資料是為保險服務而收集的。要用在增員，須先說明並取得對方明確同意；最好是重新自然地聊，而不是直接拿客戶的檔案來用。

常見問題（一）

延伸

Q 對方的家人反對，怎麼辦？

先理解，不爭論，這正是 QAFS 裡「回饋」的原則。從家庭與家人期望的向度，聽出家人真正擔心什麼；了解誰是意見領袖、誰有建議權，但仍以本人的意願為主。若要邀請家人一起了解，先徵得本人同意。

Q 專業人設，不知道要聊什麼？

先告訴主管你打算聊什麼。不知道的話，就回到資訊類的內容：產業與職涯的趨勢、這一行的專業與案例。只談資訊，不急著推銷職位，盡量當面談，不要用訊息代替見面。

常見問題（二）

延伸

Q 年輕人只用 LINE，也不接電話，怎麼辦？

社群經營是展現基礎人設的好方式，但要約出來實體見面。LINE 與電話不算次數。

Q 對方拒絕，或還沒準備好，怎麼辦？

尊重他的決定，不施壓。把名單退回原來的級別，維持關係與互動，保持聯絡。有些人只是時機還沒到，也有些人這一行本來就不適合他，兩者都是正常的結果。

常見問題（三）

延伸

Q 增員之後，怎麼讓新人留下來？

增員的成功，不止於入行，而在於留存。要誠實面對的是，不是每一位來上課的人，最後都會正式入行、留下來。前半年到一年，要靠新人自己的銷售 A 級名單與後端的專業訓練，讓新人有成交、有收入，同時把 B 級慢慢養上來。另外，大環境與個人的變數，不是每一項都能掌握，做好能做的事就好。

自我檢核：增員應用

延伸

自我檢核

- ☐ 我手上有幾位準夥伴？各是哪一類？分別在第幾個進程？
- ☐ 我對他的就業軌跡，知道多少？家人的態度，我知道嗎？
- ☐ 我準備好自己的就業軌跡故事了嗎？說得出口嗎？

每次見面之前，問自己三件事

見面前的三個問題

- ☐ 這位準夥伴現在是 A、B、C 哪一級？在第幾個進程？
- ☐ 這次要完成哪一兩個向度？跟主管（或夥伴）討論過、演練過了嗎？
- ☐ 見面之後，行事曆備註寫好了嗎？

這套方法是長期的工程，也不一定是唯一對的方法，因為最終的結論，還是要回到業績的產出。它真正想做的，是讓每一位夥伴都看見自己的進度，每一次見面都更接近目標。

遷移練習：從客戶到準夥伴

遷移練習

- ☐ 選一位已經成交的客戶，寫下他的就業軌跡、家人的態度，以及你自己的就業軌跡故事。只寫對方願意分享的資訊，並妥善保管。
- ☐ 判斷：能不能邀請他面談或參加說明會？
理由是什麼？（參考答案：附錄 C）

這週就開始：四個小行動

這週就開始

- ☐ 把身邊可能的準夥伴寫出來，替每一位標上 A、B、C。（1-2）
- ☐ 挑一位，寫下他現在在第幾個進程、就業軌跡與家人態度還缺哪幾項。（1-3、1-4）
- ☐ 寫好你的就業軌跡稿，放聲說一次。（1-5）
- ☐ 見完面當天，就把行事曆備註補齊。（1-6）

這四件事是整理者的建議；先做一件，比全部都想做更重要。

人生的三種「如果」

講座最後用英文字根的文字遊戲收尾（暖場的玩笑，不代表方法）：life 這個字裡面，藏著 if。人生有很多「如果」，會牽絆我們，而「如果」有三種：

千金難買早知道。

我以為你都知道，
結果你不知道。

其實我都知道，
但我做不到。

希望你的人生，少一點「如果」。讀完
之後，挑一件覺得有用的事，今天就去試。

附錄 A：十大面向總表（一）

面向	要了解的項目	小提示
1 家庭背景	哪裡人（地緣關係） 家住哪 家庭人口組成 父母的教育理念或觀念影響 成長過程重要事項	人親土親，一切都有關係 聊住家附近的美食、娛樂 家人的工作、就學、家庭關係、交友狀況 聽他怎麼敘述家庭，間接看到這個人的另一面 有趣的事件可以緩解氣氛、有效拉近距離
2 工作狀況	就業軌跡 目前工作：薪資、產業類別、 職務內容、公司福利、升遷 狀況	看到轉職頻率與曾經的學業狀況 薪資是 631 概念的起頭（講座未展開說明）；聊聊這個產業 你所不知道的事；看到責任承擔與每日工作；可以分享自己 公司的福利；知道他的未來發展性

附錄 A：十大面向總表（二）

面向	要了解的項目	小提示
3 財務狀況	投資理財觀念 收支狀況 （另有：資產、 負債、現金流）	了解他用什麼工具做理財 生命線計算
4 對未來的擔心 或期待	關乎人生計畫 家人期望	買房、買車、退休、家人撫養與奉養 談談家人意見介入的程度
5 Keyman	家裡的意見領袖 對家人有「建議權」 的人	順水推舟、水到渠成：前面資訊蒐集完備，大概能看出來。有些 年輕人保費不是自己繳，但對家人有建議權。若只是問他是否自己 負擔保費，相對簡單可以問出

附錄 A：十大面向總表（三）

面向	要了解的項目	小提示
6 保單現況	保費 投保大略內容 買哪一家	很多人不知道自己買了什麼
7 購買過程	當初投保的情境 是主動購買，還是業務推銷	看出他怎麼看待業務與保險
8 同業 / 無法立即買保單的競爭資訊	業務員與客戶間的關係 比價格，還是比價值 對於保險業務人員的看法	知道他心裡的比較標準

6 到 8 項在增員時的看法（他對保險與這一行的認識與看法），見 1-3（四）。

附錄 A：十大面向總表（四）

面向	要了解的項目	小提示
9 身體狀況	公司體檢的引導 家族病史 關心最近的身體狀況	特別個人，只在對方願意聊時才問，不勉強
10 家庭成員或朋友 曾經、現在的狀況	家人或朋友曾經、現在的狀況	同上，不追問、不勉強

講座以八向度為主體，第 9、10 項是講座教材另附的延伸面向。
增員時，這兩項不必收集，不要為了增員去問身體狀況與家族病史。

附錄 B：名詞對照（一）

名詞	意思
八向度	了解一位準夥伴的八個面向（講座原本用在準客戶）。
★ 項目	要深談的重點，不能一問一答，要靠以故事換故事去換。
A、B、 C 級與轉介紹中心	依八向度完整度、互動程度、推進時間把名單分級；轉介紹中心是熱心、人脈廣、樂於幫助別人的人。
基礎人設、 專業人設	基礎人設是第一印象；專業人設是讓對方覺得你是重要的資訊來源。
以故事換故事、 QAFS / SQAF	先分享自己的故事，再問對方；提問、回答、回饋、分享，不好問的項目，把分享放最前面。

附錄 B：名詞對照（二）

名詞	意思
Keyman	買保險的決定中，繳保費的人、意見領袖、有建議權的人（增員時，指影響他職涯決定的人）。
生命線	把一個人從出社會、成家、退休到安養，一生的收支畫出來。
A 表（大魚表）、 B 表（小魚表）	A 表追蹤下個月要邀請的名單；B 表追蹤要被推進到 A 級的名單。
面談與說明會	增員 A 級的終點：對方同意面談，或參加說明會（整理者的定義）。
核可章	主管確認一支 B 級名單已升為 A 級的標記。

附錄 C：自我檢核的參考答案（一）

題目	參考答案
1-2 甲與乙	甲是 C 級：只有互讚，還沒有互動模式，先找共同興趣，不主動邀請。乙是 B 級，在進程一：互動模式已建立、見了 2 次，但八向度只有約五成，先補齊 ★ 以外的項目，也還不邀請。
1-4 親戚長輩 都在場	不算有效進度，因為沒有完成該做的事。檢討時間、地點與氣氛沒有掌握好；下次找一個適合聊的時間與地點，並事先把要問的問題準備好、背起來。
1-5 對方只回 「還好」	先分享，再問。前兩句要包含「一件事」和「它帶來的影響」，例如先說「我換過三份工作，每一次都在想這真的是我要的嗎」，再問「你有過類似的時候嗎？」

附錄 C：自我檢核的參考答案（二）

題目	參考答案
1-6 備註改寫	例如：「第 2 次見面。收集到：2 工作狀況（就業軌跡、現職）、1 家庭的基本資料、8 對保險業的看法。還缺：5 Keyman、6 保單現況、7 購買過程與 ★ 的項目。完整度約五成，仍在進程一。」這時不邀請，下次先補齊向度。
遷移練習	若就業軌跡、家人態度、你的故事缺了兩項以上，代表還在進程二，先補足再邀請。若都到位，依對象選一個餌（職涯發展、時間與自由度、人脈與幫助他人），自然邀請面談。