

hiểm. Đừng hiểu nhầm nhé, điều đó đương nhiên là quan trọng, nhưng trên thực tế có nhiều người dù biết rõ về hợp đồng và các điều khoản hơn tôi nhiều nhưng họ vẫn đang phải vất vả chân lên cổ để tìm từng khách hàng một. Tôi biết một người từng viết cả một cuốn sách về bảo hiểm, nhưng lại không bán nổi hợp đồng bảo hiểm cho một người chỉ còn sống được dăm ngày nữa mà thôi.

Thành công của tôi chỉ dựa trên duy nhất một điều mà thôi. Tôi yêu thích, *thực sự* yêu thích các khách hàng mà tôi đang giao dịch. Hãy để tôi nhắc lại lần nữa. Tôi thực sự *yêu mến họ*. Vài người bạn của tôi cũng là nhân viên bán bảo hiểm đã cố gắng giả vờ chiều chuộng khách hàng, nhưng không hiệu quả. Thậm chí bạn chẳng thể lừa nổi một con lừa, khi bạn cố tình giả vờ. Từng cử chỉ, ánh mắt, gương mặt, tất cả đều lộ rõ sự giả tạo.

Bây giờ, mỗi khi tiến hành thu thập thông tin về một khách hàng tiềm năng, tôi cũng làm như mọi nhân viên bán bảo hiểm khác vẫn làm. Tôi tìm hiểu về tuổi tác, nơi làm việc, mức lương, con cái... Nhưng tôi còn thu thập thêm vài thứ nữa, mà hầu hết nhân viên bán hàng khác không chịu tìm kiếm, đó là tìm ra vài lý do hợp lý để cảm mến khách hàng tiềm năng ấy. Có thể đó là tính chất đặc biệt của công việc mà anh ta đang làm, hoặc những điều nào đó khác nữa mà tôi có thể tìm thấy trong thông tin về cá nhân khách hàng. Chắc chắn tôi sẽ tìm được những lý do thú vị để quý mến anh ta.

Sau đó, bất cứ khi nào tôi tập trung suy nghĩ, tôi sẽ nhớ lại những lý do khiến tôi yêu mến anh ta. Tôi dựng lên trong đầu một hình ảnh đáng mến của vị khách hàng đó, trước khi tôi nói bất cứ lời nào với anh ta về bảo hiểm.