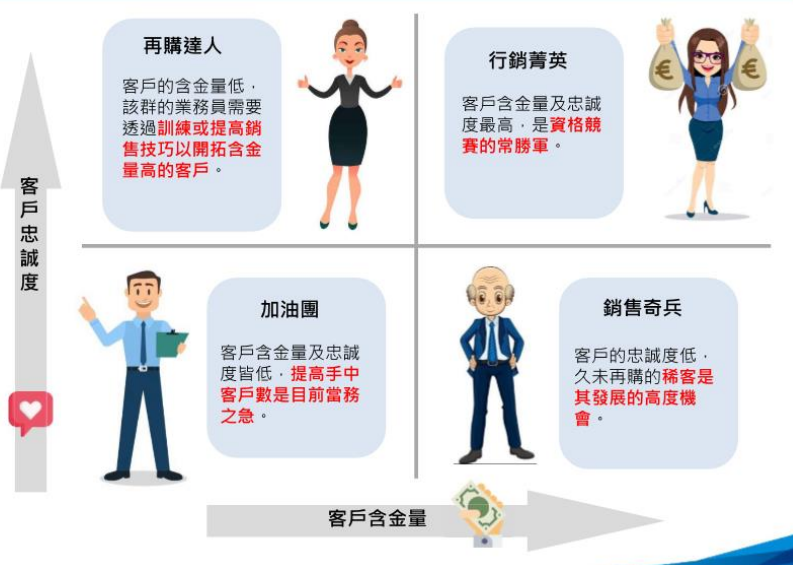


相信大家對於資料如何被應用已經很熟悉了。然而即使再熟悉也還是會被驚艷到。例如現在居然可以利用數據來做球隊管理。透過球員的各個數據，我們可以利用這個已知的數據去預測未來，預知這個球員在未來是否還會持續有如此亮眼的成績。尤其是當一個球員已經 35 歲了，因此對於年紀大的球員可以做一些調整來更精準的預測未來成績。另外，有的球員他的表現並沒有他的價格那麼高，因此這種球員是被高估的。有被高估的球員就有被低估的球員，因此可以利用最低的價格去獲得一個同樣價值的球隊。這也是目前 NBA 在做的事情。

掌握潛力客群，各分群均能成為行銷菁英



壽險經營管理實務研討_10/15 演講 ppt pg20

除了客戶分群，南山也有銷售業務的分群，這樣的分群可以透過讓南山更容易的去幫助所需要幫助的業務員。

銷售精英，這種人就是特別經營高端客戶的業務員。這群客戶大部分是企業家，或者是家族很有錢的。而這種銷售精英也是需要特別的訓練，例如透過談吐、禮儀、工作態度都要符合他們這群客戶的要求。另外，要經營這種客戶也是需要透過特別方式。例如，南山高層會為了要鼓勵這群銷售精英會撥空跟這些高端客戶和銷售精英們去高檔餐廳吃飯。而這些客戶也可以透過這個機會認識到南山的高層因此他們也非常樂意做這件事情。而往往在吃完飯的隔天，這群客戶又會購入上億的保單，因此形成一個正向循環，讓這個業務員又會在下一年更容易達標，客戶又有機會跟這些南山的高層吃飯認識。

銷售奇兵，最主要是從銷售精英退下去的。他們因為年紀大了，或者是退休了，從銷售精英退下去的。而他們這群人最有價值的就是他們手上的客戶名單。所以現在最重要的是要找個人把自己的客戶單延續下去讓這群客戶有業務員可以服務。乍聽這樣對於銷售奇兵是很不公平的，畢竟他花了大半輩子經營的人脈就這樣拱手讓人，可是這件事情對於他來說也是有好處的，因為他現在已經比較少在服務客戶了。如果太久沒有服務客戶，客戶是有權利去做投訴的。而事實也是這種銷售奇兵目前很常被投訴。

最讓我印象深刻的是業務員的分群，讓我印象深刻的原因是我有認識一些行銷精英還有一些再購達人類型的業務員以及銷售奇兵類型的業務員而他們的特性確實是如講者將他們分類的這樣。

871 字

p. s. 作業檔名無法命名為“壽險經營管理實務研討_10/15 演講心得”因為檔名不接受“/”，只好使用“-”