

正如塞林格只想做个麦田里的守望者

正如塞林格只想做个麦田里的守望者，
以守护住孩子的纯真，
以守护住孩子的纯真，

保险营销员的辛勤工作，

只为保护着客户不偏离幸福的轨道。

你的幸福 我来守护

■撰文◎王姗
■照片◎受访者提供

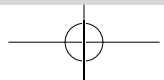
我将来要当一名麦田里的守望者。有那么一群孩子在一大片麦田里玩耍和奔跑，
几千几万的孩子，附近没有一个大成人，我就在悬崖边守望，要是孩子们往悬崖边跑
来，我就把他们捉住。我整天就干这样的事，我只想做个麦田里的守望者。

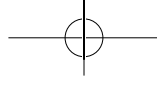
——塞林格《麦田里的守望者》

1992年，友邦保险将“保险营销员制度”引入中国大陆，培育了第一代专业保险营销员，奠定了友邦保险在专业营销员队伍建立和培养上的业界标杆地位。

2012年，在友邦保险重回中国市场20周年之际，友邦中国在营销员队伍中发起了“友邦中国20年幸福守护者”大评选。此次评选分为“分公司推选”、“网络评选”和“管理层评选”三个阶段举行，并从所有友邦中国的营销员中选出50位“幸福守护者”，进而评选出10位“友邦中国营销员大使”。

经过历时一年的评比与层层选拔，10位“友邦中国营销员大使”已脱颖而出，华南地区共计有5位优秀保险营销员荣获“友邦中国营销员大使”称号，他们分别为友邦广东执行业务总监雷永愉、友邦广东资深销售经理孙巧玲、友邦深圳资深业务经理彭琼、友邦佛山资深业务处经理徐加平以及友邦东莞资深业务总监吴玉菁。本期特别报道，我们将走进他们的世界，听他们讲述自己在保险业的成长历程以及与客户之间守护幸福的感人故事。





友邦保险广东分公司执行业务总监雷永愉

生命影响生命

作为保险营销员，为每个家庭做好充足保障，以守护客户得来不易的幸福，当责不让；作为团队领导者，为每个伙伴打造学习、成长、分享、进步的平台，以共同创造永续经营的保险事业，当仁不让。



1995年，一次上海之行改变了机械工程师雷永愉的一生。当时的她代表公司去友邦上海办理保险事宜，然而与时任友邦上海总经理徐总的15分钟面谈，让27岁的雷永愉当即决定回广州加入友邦，原因有二：一是拓宽个人的知识面与国际视野；二是期待通过个人努力成为越老越值钱的专业人士。

18年来，雷永愉以专业服务已为3800余位客户及其家庭送去保障与幸福，并荣膺MDRT终身会员；同时创立永恒团队，成为友邦保险在广州的三大执行总监之一，如今正引领着800多位伙伴专注于保险事业，共同守护着保险营销员的承诺与尊严。

专业赢得尊敬

5年前，雷永愉接手了一个孤儿保单。此客户是广州某国企总经理，有一对5岁的孪生女儿，事业家庭相得益彰。雷永愉跟进此单后即为客户做了保单检视，却发现客户买的都是孩子教育金、养老年金等储蓄型保险，保障规划为零。一问之下，客户表示自己已有房有车，单位福利也很好，不需要再购买保障产品。见状，雷永愉表示：“×总经理，您的生命其实属于您太太和两个孩子，试想您女儿今年5岁，离她们大学毕业至少还有17年，您还要为她们打工17年才算完成父亲的责任与使命。但在此期间如果您个人保障不足，又遇到紧急情况怎么办？房子、车子紧急变卖不值钱，单位也不可能照顾您和家人一辈子。因此您为了家人一定要做好充足的保障。”一席话点醒客户，当即向雷永愉加买了自己和太太的重疾险、意外险、医疗险等共计80万保

额。后客户又陆续为孩子们做了周全的保险规划。

今年6月，雷永愉接到客户电话，因公司设备发生爆炸，客户25%身体面积被烫伤。雷永愉接到消息后马上派助理前往慰问、送上果篮并着手理赔事宜，并在10天内将43万理赔款送至客户手中，而客户实际治疗费只花了19万。接到理赔款时，客户非常感谢雷永愉当年为他做了专业的保险规划，才得以使其安心养伤。反观，与客户一起出事的6位同事中两位是全身烫伤，一个半月的治疗已花费600万，其中一位却没有购买任何商业保险，虽然目前所有费用公司承担，但之后更长时间的康复治疗将会怎样是很难想象的。

大爱传播 追求卓越

1995年，做个人销售的雷永愉，将自己定位为要在公司拿奖的保险营销员，至今每年个人业绩在公司都是名列前茅，她已11年达标MDRT并10次出席美国年会。永恒团队自1997年创立至今，成功培育出的四大总监皆是MDRT会员，并致力于打造一支专业诚信的MDRT团队。

“第一批团队伙伴中很多都是我的客户，他们因为信任我而加入永恒团队，与我一起历练成长，如今很多人都成长为团队领导者。如今永恒家族正朝着系统化经营发展，希望吸引更多有共同价值观、使命感的优秀人才加盟友邦创造永恒。这两年跟随着公司脚步，永恒家族也建立了自己的愿景与使命，致力于为每个家庭提供完整保障和长期资产积累方案，帮助客户抵御风险、增长财富，共享丰盛未来，同时通过团队诚信经营，让伙伴们拥有永续发展的事业。”

孙巧玲，人如其名，眼前的她巧笑嫣然，天生玲珑心。虽是短短的采访，却已让人如沐春风，想来时常与她交往的客户是很幸福的。

1997年，孙巧玲加入友邦保险成为一名保险营销员。16年来，孙巧玲专注做两件事——开发与服务客户，如今的她已为3000多位客户及其家庭守护着幸福。孙巧玲的勤奋与专注，也使其收获了终身事业，并让她成为业界称美的MDRT终身会员。

保险意义在理赔中彰显

回想销售保险之初，孙巧玲只敢卖100多元的保单，担心万一客户出事公司不赔咋办？直到陪同主管的一次理赔，让她加深了对保险的认知。

1999年9月底，孙巧玲主管的客户生病住院。十一假后即传来客户被确诊为爆发性的病毒性肝炎并不治身亡的消息，前后仅仅10天时间。很快，公司理赔款到位，主管带着孙巧玲去送理赔支票。孙巧玲也了解到，此保单仅承保一年半，保费300多元，保额一万元。而这300多元的保费，是客户单位书记特别从其当月工资中扣除后才缴付的，因为客户太太一直反对购买保险。当孙巧玲陪同主管把理赔支票送去时，客户太太让6岁的女儿跪接支票并连声感谢。

经过这次理赔，孙巧玲意识到保险切实能帮助到客户及其家庭。“如果不是1万，而是10万或更多的保额，应该可以给这家孤女寡母更多生的希望与力量。由此我也反思如果是我的客户发生不幸，100多元的保单又能带给他们什么？……接下来我赶紧把之前客户的保单拿出来重新审视，以客户需求为导向，为其量身订做适合的保障规划。也正是这一举动，让客户开始认同我，并不断给我转介绍，也才有现在3000多位客户的信任与托付。”

重责大任一肩挑

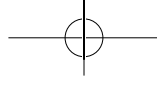
作为保险营销员，孙巧玲认为自己最大的责任，就是通过保险规划为客户的家庭幸福保驾护航。然而今年6月发生的一起理赔案件，让她每每想起都懊悔不已，并痛心连连地说：“如果当时我再坚持再强硬一点，可能客户家人现在是另一番境况。”

让孙巧玲痛心不已的是一位36岁男客户的因病离世。当年经由客户妹妹介绍，孙巧玲为客户做了周全的保险规划，然而做生意的客户却精打细算保单回报率，最后只购买了一份10万保额的重疾。后来客户陆续有了三个孩子，期间虽然孙巧玲不断提醒其责任加重应该加保，但客户认为自己生意越做越大，有能力也有信心照顾好家人，而给予一次次拒绝。去年客户被确诊为尿毒症，为了支付昂贵的医疗费，不得不搬出新入住的别墅，并于今年6月因病离世，留下年迈双亲、无助妻儿。“10万赔付对这个家庭来讲杯水车薪，当接到客户母亲质问电话时，我无地自容，事后也常想如果我再强硬一些，客户是否就听从我的建议了呢？然而世上没有如果，痛定思痛之余，我更强烈感受到身上的重责大任，我是客户家庭幸福的守护者与捍卫者，只有竭尽全力善尽职责，方能避免此类悲剧的再次发生，因为有那么多老人与小孩看着我，那么多的客户信任我。”



友邦保险广东分公司资深销售经理孙巧玲
做客户幸福的
守护者与捍卫者

幸福感的首要前提是让人感到安全与安心。作为保险营销员，通过为客户量身订做一套符合客户财务预算与需求的保险规划方案，努力让客户获得经济上的安全与心灵上的安宁，进而使其无后顾之忧地去创造丰盛人生。



友邦保险深圳分公司资深业务经理彭琼

用真诚与专业行走人生岁月

作为保险从业人员，我们不能控制风险的发生，却可以通过完善的保险规划保证客户在发生风险时，他们的生活品质不会下降，能够继续维持家庭的宽裕生活。



彭琼，友邦深圳资深业务经理，MDRT百万圆桌超级会员，数次获得深圳市百名寿险精英称号，并荣获友邦深圳2012年度十大杰出营销员第一名。

坚定以保险作为自己的终身职业

2003年“非典”的突袭，扰乱了很多人的平静生活，甚至给社会带来不小的恐慌。其时很多保险公司承担起社会责任给予客户保险责任外的理赔，让彭琼看到保险的社会意义与价值，带着试试看的态度进入保险业，加盟友邦保险深圳分公司。

初入行业，听话照做是每一位保险新人的首要态度，每天几十通电话约访，坚持至少1~3名的陌生拜访，让她在这个行业留存了下来，十年如一日，正如她自己所说：“保险行业既难也易，难的是每天的勤奋与坚持，易的是只要你去做，回报的永远比你想象的要多得多！”

2008年是一个特殊的年份，也是彭琼入行的第5年，两个大事件的发生：“5.12汶川大地震和全球金融危机的爆发”让她对保险之意义与价值理解得更为透彻。一是大灾中与国外相比国人保障的严重不足，保险营销员任重道远；二是在金融危机下，老客户却不断加保。在整个社会经济不景气的境况下，客户所做的选择体现出在任何经济形势下保险的功能：转移风险、资产隔离、财产保全、锁定利润、规避税收、财富传承、维持高品质生活。保险的重大意义及功能，让彭琼更坚定要把保险作为自己终身经营的事业。

理性专业赢得客户信赖

世界上所有的产品都是锦上添花，唯有保险产品既可锦上添花又可雪中送炭！长期以来，彭琼用心经营与维护的近千余位客户，以职业经理人与企业主居多。“他们都受过良好的高等教育，做事谨慎理性，受人尊重。因此作为他们的保险理财顾问，我必须具备同等理性专业的职业精神与操守，方能获得他们的认同和肯定，进而成为值得他们信赖的保险营销员。”“在为这些优质客户做保险规划时，主要从家庭理财的角度切入告诉客户如何将资产做合理的分配，以协助客户达至其理想的理财目标。按照国际公认的理财规划6步骤，应急资金、风险管理、子女教育、退休规划、投资规划与资产传承。以此理念让客户清楚了解三件事：为什么买保险，买什么保险，如何买保险。”

2013年彭琼被评选为友邦中国幸福守护者，然而何为幸福守护？彭琼认为，最重要的是以客户规划适合的保障与财务计划，让每一位客户真正做到“病有所医、壮有所倚、幼有所护、亲有所奉、残有所仗、老有所养、钱有所积、产有所保、财有所承、爱有所继”，而保险正是真正帮助大家守住幸福的最好工具！

彭琼持续不断地学习以提升专业，参加行业内外各类培训、理财规划师资格认证、MBA课程等，从未间断。入行十年来，她勤奋、专注、坚持，秉持真诚待人、专业做事的态度，为近千余位客户提供完善的风险保障与家庭理财服务，以知性优雅深获客户信赖，以理性专业赢得客户尊敬，或许这也是她从事保险业十载皆能逆势飞扬的秘密所在。

徐加平，一位看似不像保险人的保险人。他，不善言辞，客户说他“话不多，但关键时候能挺身而出帮到人”；他，不急不躁，客户跟他说“你的建议很专业，我会按照你的规划买保险”；他，性情率真，言谈中触及客户之不幸即眼红哽咽，感同身受。采访中，我眼前不时冒出阿甘奔跑的身影，一如徐加平以简单执著与善良在保险业的坚持。

2000年，徐加平辞去医生工作加入友邦佛山。自此，这位初入广东不到两年的湖北人开始了在顺德的保险之路，从与当地客户“鸡同鸭讲”的拜访中起步，如今已拥有1600余位客户，并达成MDRT会员。



12，8，1

12年，8次递交保单检视与保险建议，获得1次成交机会。这是徐加平的故事。

“加平，这几天抽空帮我做下保单检视，可以吗？”这是徐加平认识了12年的一位准客户。12年来，客户隔三差五会打电话给徐加平帮他做保单检视，每次徐加平都为他整理好所有的保单，制作具体详细的保单体检表，并给出专业的保险分析与建议。12年中，这位客户陆续增加了很多保险，但每次都不是跟徐加平购买，而是按照徐加平的建议向其做保险的亲戚购买类似产品。“×老板，你准备好保单，三天后我会去你公司给你做保单检视。×老板，这次会不会考虑购买我们公司的产品呢？”“加平，其实每次你都是我首选的保险营销员……现在我表弟不做保险销售了，这次我要跟你买保险。”

“我话少，初次见面留给客户的印象并不深，但经过岁月的沉淀，客户会发现我的专业与坚持而选择我。其实我很理解客户，中国人重血缘重亲情，很难完全以专业为标准来甄选保险营销员，其实退一步想，只要我的专业建议能够切实帮助客户规避风险，也算是做了一件好事。做保险也是做有缘人，我把自己该做的能做的都做了，就没有遗憾。”

客户临终托孤人

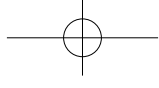
徐加平服务的很多客户，大都感受过这位湖北男人细微而深厚的关爱，一如“润物细无声”的春雨甘霖。

有位客户在与徐加平的交往中，逐渐成为好朋友。当年客户买保险时被检查出是乙肝病毒携带者，但在友邦体检时转氨酶正常，因此虽然不能购买重疾险，但承保了客户的普通寿险和住院医疗保险。多年后，客户在广东省人民医院被诊断为肝癌。在客户治疗的两年中，共计去了14次医院，做了14次化疗，每一次都是徐加平开车载其从顺德出发去广州，在客户出院回家时，徐加平又从顺德赶去广州载其回顺德，并为其办理住院医疗费用的理赔。直到客户病逝的当天下午，徐加平还赶去广州探望并推着客户散步聊天，那天他们聊了很多，徐加平知道客户在临终托孤，放心不下自己还在就读的孩子。徐加平让客户放心，自己会尽力多去关照他的家庭和孩子。听了徐加平的话，客户疲惫的眼中盛满放心与感谢之意。

像阿甘一样奔跑
在保险业

友邦保险佛山支公司资深业务处经理徐加平

多年来，我不断学习考取各类金融理财证照，只为提升自己的专业水平以因应客户需求，做客户专业与值得信赖的保险理财顾问。



特别报道

友邦保险东莞支公司资深业务总监吴玉菁

用保险为客户筑起幸福堡垒

保险营销员是默默守护客户及其家庭幸福的人。一旦客户发生不幸，他们为客户雪中送炭，成为照亮客户及其家人生活希望的灯塔。



吴玉菁是友邦东莞营销队伍中举足轻重的“大人物”。在公司颁奖礼上，她是蝉联11年的第一名；在团队伙伴眼中，她是直爽干练的“吴老大”；在3000多位客户心中，她是值得托付的保险人。

2002年12月，吴玉菁带着创业梦想加入友邦，成为友邦东莞第一批保险营销员。经过11年的淬炼，吴玉菁已从一名普通的保险营销员成长为友邦东莞资深业务总监，带着300多人的营销团队奔走于东莞各乡镇，为千家万户筑起幸福的堡垒。

为客户筑起幸福堡垒

做保险销售11年，一次重大疾病的赔付让吴玉菁真正理解了保险的意义。

吴玉菁讲到，她通过老客户介绍，认识了一位做生意的×老板，这位老板主持着家族的生意，当时吴玉菁给他做了份30万保额的重疾规划。三年后，×老板因病住院，吴玉菁第一时间赶去为他办理了住院理赔。后客户病情加重送往广州中山医院被确诊为直肠癌。吴玉菁接到消息又从东莞赶到广州去探望客户，客户非常感动，在病榻上交代她帮忙处理好身后理赔的事情，并委托吴玉菁将理赔款做妥善的安排，留给他的幼子。吴玉菁安慰客户，请其放心好好养病。回到东莞后，吴玉菁在最短时间内准备齐全所需的理赔资料以及相关委托资料，拿到广州请客户一一确认并签名，当一切办理稳妥后，客户非常感谢吴玉菁为他做的一切，让他在最后的时间里感到极大的欣慰和安心。

客户离开后，家族生意因失去主导者而解散。虽然公司赚了钱，但清偿债务后，真正留给客户太太和孩子的钱已所剩无几。客户的重疾赔付也就作为重要基金留下来为其幼子做了教育金。经过这次事件后，客户太太走出家庭做了保险营销员，以自己的亲身经历传播着保险的真谛。

这次理赔事件，也给吴玉菁很大触动。“以前在我们眼中，企业主的经济条件比较好，抵御人生风险的能力也应该比较强，然而通过这次理赔才发现，这些看似不缺钱的企业主一旦遭遇风险，其家庭有可能岌岌可危。妥善运用保险，才能为客户筑起守护幸福的坚实堡垒。”

服务客户亲力亲为

面对3000多位庞大客户群的服务，吴玉菁选择的是亲力亲为。“虽然很忙很累，但我从不假手于人做客户服务。我对自己有一个要求——希望通过自己亲手处理大小客户的服务，让客户看到保险营销员不仅是在保单服务时才出现，在他遇到不幸和困难时，我们才是第一个出现在他面前给他力量和支持的人。我也希望通过自己的亲身示范，尽自己所能为客户对保险营销员乃至保险行业的一些不满和负面评价有所改观做最大的努力。”

如今，吴玉菁将更多时间用于自己“天爱”团队的发展，她希望通过悉心的培育，带领“上天都眷顾爱护”的事业伙伴们长长久久地走下去，为更多的客户带去关爱和幸福，也为伙伴们创造爱的大事业。