

WMA 財富管理顧問課程

WMA (Wealth Management Advisor)

【運用邏輯架構與資訊分析，提供解決方案】

啓富達國際 管理團隊

<http://www.cfd.tw>

【文章分享】孤鳥闖天關 變遠雄豪宅天后

資料來源：【網路文章】2010 / 08 / 04 文／傅瑋瓊 商周特刊超業特刊

她曾在 2006 年賣出 23 億元廠辦，今年房地產買氣掉，她絲毫不受影響，前 9 月成交近 19 億元，業績好到讓同事眼紅。

像一隻「孤鳥」，戴明珠就在團體作戰的廠辦市場中孤軍奮戰，但獨行俠的作風，讓客戶對她印象深刻。

戴明珠，遠雄房屋的銷售天后，去年初試啼聲，從廠辦轉戰內湖最頂級的豪宅，從去年 8 月開賣到今年 9 月底，她一個人的業績就占了 25% 以上（約 33 億元，總案量約 120 億元）。

在客戶眼中，她個性率真、講話直截了當，不太像業務員，經常隨性得讓客戶目瞪口呆。

年薪上千萬，但不愛花錢，不崇尚名牌，身上背的包包大多是每只 390 元的；到客戶家拜訪，腳底仍穿著舊舊的、但很舒適的拖鞋式涼鞋，走進豪宅也不會不自在。受訪時，還很得意的指著耳朵上的水鑽耳環說：「很多人都不相信，這對才 100 元。」

生活上，戴明珠也很迷糊，領錢時經常提款卡拿走了，錢沒拿，小事都會忘記，但「只要是客戶的事我都會記得，」她說：「10 幾年來，每個客戶成交的價格我都記得。」顯見她在工作上精明的一面。

「業績只是成就感和數字，」戴明珠說。她從不設目標，也不會爲了業績賣房子，神奇的是，往往在業績很差的時候，就冒出大客戶來。

「很多企業老闆看到我都叫我『財神爺』，」她說。客戶因爲買廠辦賺了不少錢，也就投桃報李，幫她介紹客戶，靠著不斷開發新客戶、深耕老客戶、客戶轉介紹，不論賣廠辦還是豪宅，戴明珠在金字塔頂端的房仲市場中，變成一塊閃亮發光的招牌。

16年前，戴明珠原本只是聯電的業務秘書，每天的工作就是敲著電腦鍵盤 key in 資料，處理訂退貨訂單，做了半年，覺得很無聊，想要趁年輕多賺一點歷練，於是決定給自己半年時間，嘗試其他性質的工作。

應徵「高中畢，無經驗可」 文學院畢業，走上業務路

翻開報紙徵才版，中央大學法文系畢業的她選擇卻不多，只好找「高中畢，無經驗可」的業務工作。當時遠雄房屋總公司在和平西路，家住萬華的戴明珠心想，「公司離家近，上班比較方便。」沒想到，她被派到偏遠的汐止，而且賣的是很多房仲業務員都害怕的廠辦大樓。

開始上班時，連容積率、建蔽率都不懂；又沒有做過業務，個性很直，嘴巴又不甜；新人分組時，沒有長官要她，最後被派到的那一組，是因為主管請假住院開刀。

每天一早，同事都兩三人一組去跑客戶，一起作戰打「團獎」（團體獎金），她沒有交通工具，學長就丟了一本電機電子電工器材廠商企業家名錄給她，要她電開（電話開發）客戶。沒有人帶，一切自己摸索。

越艱困的環境，越能激發她的鬥志。

當年，從台北市區到汐止的交通，只有的一條縱貫線，要換兩趟車，千里迢迢到接待中心，打卡、開完會後，再搭車到東區拜訪客戶，然後再回汐止打下班卡。每天光是等車、坐車，戴明珠就得耗上 2、3 小時。

後來，她買了一台二手摩托車代步。但皮膚不好，容易過敏的她，每天騎車跑客戶時，都是全副武裝，即使是炎夏大熱天，她也穿著「小飛俠（雨衣）」、戴口罩、戴護目鏡，無視路人異樣的眼光，穿梭在台北東區的辦公大樓間。

像一隻「孤鳥」，她就在團體作戰的廠辦市場中孤軍奮戰，但獨行俠的作風，讓客戶對她印象深刻。

戴明珠成功的關鍵在於：大量、不斷的開發客戶。

房仲業代銷業務和一般仲介不同，只賣一種產品，多數業務員都在接待中心等客戶上門，但戴明珠從不等客戶來，入行十多年後，她又自願請纓去上海賣房地產，並跨入豪宅市場，多年來，她持續開發新客戶。

每年開發的客戶她都會記錄在一本客戶名錄上，至今已累積了十幾本「葵花寶典」，連台灣首富郭台銘也赫然名列 12 年前她的電開客戶名單上。

「大海撈針法」開發客戶 「被拒絕是理所當然」，對挫折免疫

因為廠辦的客戶都是企業老闆，「很多電話在秘書那一關就被擋掉了，」她說，挫折在所難免，很多業務新手在電話裡被罵、被拒絕 20 次之後，就不幹了，「正面的思考很重要，一開始就把被拒絕當作是理所當然的，就不會有挫折感。」所以「要多打幾通，成交的機率就會高，」

她舉例說，假設要打 100 通電話才能得到一份資料，累積拿到 50 組資料，可能只有 1 組成交；因此，就要 100 通、100 通的打電話，絕不能偷懶，「開發客戶像大海撈針，」她形容，因此「基本功要做足，沒有秘訣。」

如果第一次電話無法接到老闆手上，通常會請秘書留下她的電話，「老闆願意回電，就表示他有買的需求，」她說。

電開之後，大部分客戶都會告訴業務員說：「把資料寄過來看看。」但戴明珠從不寄資料，「寄資料大多石沉大海，就算他看到資料，來現場，也不會找你。」她堅持要親自跟客戶介紹說明，才了解客戶的需求，「俗話說『見面三分情』，哪天客戶突然跑來，才會來找你，」她說，就曾有一位客戶，在她開發 3 個月後，才決定找她買內湖豪宅。

賣房地產不像賣汽車，客戶重購的機會不多，但戴明珠有個客戶跟她買了 6、7 次，交易金額都是 1 億到 2 億元。

掌握客戶的心，就掌握了成交的敲門磚。由於服務的都是頂級客戶，戴明珠採取精耕方式，把客戶當朋友經營，用心服務客戶而不講業務技巧，從不送禮給客戶，也從不爲了業績而跟客戶交際應酬。

不浪費大老闆的時間 運用精要資料，談生意開門見山

「客戶要的是售後服務，」她說：「我的客戶都是買了以後，才變成朋友。」因為成交後才有機會做售後服務，才是朋友的開始，不論是工程變更、繳款，她都主動通知客戶；任何跟房地產有關，如稅法等問題，都盡可能幫客戶解決，連客戶要裝潢，從花崗石地板、植栽綠化到一扇門，也找她幫忙；甚至客戶的兒女要找工作，要找會計人員，抑或要尋覓上下游廠商，她都能提供協助，更加深老客戶對她的信賴。

作風明快的戴明珠，客戶成交的速度也超快，有些甚至連樣品屋都沒看就付訂，「最多 3 天就成交，很多都是當天就成交，」她說：「先要找到對的客戶。」如果這個客戶沒興趣，就要趕快開發別的客户。

「對的客戶就是有需求的客戶，」她說。以廠辦為例，她會找出具備一定資本額、有賺錢的公司；如果賣豪宅，也以公司賺錢的有錢企業主為主，她會先從「葵花寶典」內搜尋，也會和同業聊天，如哪位企業主買了廠辦，自然就列入她開發豪宅的名單。

找得到客戶，也要能在第一時間就讓客戶清楚的了解產品，她說：「要抓重點，客戶不會想聽廢話，如果三句話講不到重點，客戶就會掛電話。」

從和客戶的互動中，學會抓住重點，她會先列出 3 到 5 個優點，例如，以內湖的某豪宅為例，她會向客戶遊說：走出你家就是 4,800 坪的大公園、以後不會再有的稀有精品、未來交屋時每坪可漲到 100 萬，現在買就賺到、有 5 家建設公司老闆和你做鄰居等等，然後集中火力遊說。向客戶簡報，通常也只準備重點式的 1 頁，最多 5 頁，而且內容不會密密麻麻的一大堆；若傳真資料給客戶，一次也只傳 2 張。

「要將心比心，如果收到一大疊資料，我都不會看，同理可證，客戶也不會看，」她說。

個性直來直往，堅持忠於自己。戴明珠說：「每個人的業務特質不同，要按照自己的方式去做，」她發現很多業務員跟客戶見面時，會先聊天，聊東聊西，跟客戶熱絡之後，才會聊產品。但她一見到客戶就會針對客戶的需求來談，「客戶都是大老闆，見面時間有限，不要浪費時間。」

她很重視跟客戶的第一次見面，最好當下就能帶客戶到現場看，她以累積多年的經驗說：「不要想還有下一次的機會，客戶很忙，可能明天就出國洽公，你跟他就此絕緣。」以前賣廠辦時，她都會親自開車載客戶去看現場，因為一來可以掌握客戶的時間，二來，在車上可以跟客戶聊天，並向他介紹沿路交通情況和周遭環境或建設。

遊歐 3 月練出膽量 返國衝業績，2 週狂賣 9 億

2005 年 9 月，不安於現狀的戴明珠申請留職停薪，背起行囊，實現大學時期的夢想，到英國倫敦遊學 3 個月。

在倫敦語言學校學英文，沒課就當背包客遊覽倫敦，生活過得很充實。職業性格使然，她住在全球最貴的城市——倫敦，當然也不忘去看最貴的豪宅——海德公園一號，實地了解當地房地

產行情。她發覺當地房產經紀商跟台灣房仲介紹人截然不同的觀感，店面裝潢得像精品店，對精緻化服務質感印象深刻。

在異域生活一段時間，膽子也變大了，正好有一位女同學極力邀戴明珠一道去西班牙做自助旅行，戴明珠當下就決定成行。

從沒有自助旅行經驗的她，總認為自助旅行很麻煩，行前要做很多功課，一直不敢嘗試。但為期 15 天的旅程，戴明珠和同伴卻沒有事先安排，就玩遍巴塞隆納、塞維亞、瓦倫西亞等大城市，且一路都是前天才決定次日的行程、訂好旅館；一切非常順利，不像她所想像中的困難。

戴明珠原本對不了解的事物有莫名的恐懼，英倫之旅豐富了她的生命，再跨出西班牙自助旅行這步，更讓她的人生海闊天空。

2006 年農曆年前 2 週，她重回崗位，銷售內湖廠辦，2 星期內狂賣 9 億元，除夕當天還有客戶當場簽了 1 億 5,0000 萬元，而她出國 3 個月期間，20 多位同事也只賣掉 1 億 5,000 萬元，當年她的業績衝到 23 億元的頂峰。

「回來後，心中無懼，我的心更踏實，」她說，這或許是當年業績一飛沖天的動力。

「成交，就是非常大的成就感。」業績三級跳，底定她在房仲業長久發展的決心，她體認到從事房地產業務，是真正的無本生意；但可以賺錢，又能結交好朋友，才是可以長遠經營的事業。

***金獎 戴明珠：每次和客戶接觸，不要想有下一次，客戶可能明天就出國，你跟他也就絕緣。**

***業務員 36 戒之態度 7 戒**

1. 抱著「碰運氣」的心態：先訂好目標，行前做詳細的構思，免得浪費彼此時間。
2. 虎頭蛇尾：以為簽成了一個客戶，就可以不再搭理，甚至避不見面。其實，可能反而讓你錯過了更多成交的機會。
3. 卑躬屈膝，自我貶抑：在客戶面前保持不卑不亢的態度，就算再不景氣，很需要達成交易，也不要裝可憐，摧毀自己的專業形象。
4. 驕傲：很多交易要靠同事合作完成，業績總有高低起伏，處處認為自己高人一等，很難再讓同事願意繼續和你合作，無異自斷後路。如有機會，也應幫幫同事。
5. 占人便宜：如果有請同事代為服務你的客戶，而牽涉到小額的費用時，務必「親兄弟、明算帳」，寧願多付出，也不要讓幫忙的同事吃了虧。
6. 搶別人的準客戶：同事已開始洽談的客戶，不要「橫刀奪愛」，以免招怨。畢竟市場很大，機會無窮。

7.把挫折遷怒他人：每個同事都會遇到挫折，不是只有你，要在公司做正面的力量，不要把壓力或脾氣發洩在不相干的人身上。

(附註：文章取自網路流傳，若有侵權請來信必立即刪除。)

