**電話在響起：從影響力中心取得引薦**

**Paresh Shah**

我是世界上最差的客戶發掘者，我認為要從熟人中取得生意相當困難。為了克服我對保戶開拓的掙扎，我曾經嘗試不同的方式：推銷電話、寄信給剛取得按揭的人、參加有關退休的研討合等。結果一次事件改變了一切。我向一位 CPA 推銷業務，他當時正想轉換顧問，我運用投資知識留下了深刻印象，他開始將一位客戶轉移給我，不久後，他將所有業務都交給了我。在審查會面期間，我教導了其他的規劃意念，包括退休金規劃、房地產規劃和大學教育基金。兩年後的某一天，電話響起了，他將我引薦給一位需要利益的客戶，該個案相當複雜，我與上級合作夥伴一同前往，結果個案以 5 萬美元保費成交。

在那之前，我一直負責小額個案，這個 5 萬美元的個案（我與上級合作夥伴攤分）為我帶來首次百萬圓桌資格。我了解到為企業東主處理稅務策略，可帶來大額個案，如果他們由其 CPA 介紹，個案進展更快，成交機會更高。我為之著迷，並在過去 10 年間投入這個方向發展。

**誰是影響力中心？而當中又有何挑戰？**

影響力中心是深受其客戶信賴的人士或專家，客戶將會依循其建議，且願意信任其推薦的人。準客戶信任影響力中心，影響力中心信任您，您便可帶著裝備就緒的信任因子，邁步走進會議室，這令進展更快，成交機會更高。CPA、律師、財產及傷亡保險經紀人、牧師、財富經理均符合影響力中心的資格。對我而言，CPA 是最好的引薦來源；對其他人而言，可能是另一個類別或每個類別均有合適人選。

當中的挑戰是，所有影響力中心都想要守護其影響力，若他們推薦的人工作馬虎，即會對其判斷能力帶來負面聲譽，這是他們最不希望發生的事。我與一對年輕情侶建立了相當棒的關係，我幫為他們的首間新居節省了一筆。置業時，他們要我推薦一位按揭經紀人，數天後，我收到一封電郵，「Paresh：您真的幫了我們很多，因此，我希望您永遠不要向其他人介紹 Joe Bloke。他的服務質素與您的差天共地，實在為我們帶來了損失。」幸好，客戶未有離棄我，但他們再也沒有要我作出其他介紹。對他們而言，我的影響力大跌。我們需要幫助影響力中心克服此恐懼，為我們作出引薦。

與影響力中心建立關係的流程可分為 4 部分，儘管其中有許多重覆之處。

**列出您的名單**

第一步是列出名單。視乎您所在國家或地區的規定，您可能得以將名單分為您能及不能繳付轉介費的兩批人選。選擇您想要合作的市場，列出在該領域中，您所認識且能夠聯絡的名單。有時候，您可能未能列出多少個專家的名字，最簡單的方法會是詢問現有客戶。在此花一分鐘，列出您想要接觸的 4 至 6 個專家的名字，您亦可加入 4 至 6 個想要接觸的客戶名字，以取得其影響力中心的人選。

**取得首次會面的機會，並開展會面**

當您打出首個電話時，您可能想要將此定位為「我想了解您的業務，然後看看能否持續向您轉介業務，並且，我希望您亦可了解我的業務。」首次會面應專注於影響力中心，而您應了解他的業務和理想客戶。這會令您對他們從事的客戶和市場類型有深入洞見，助您決定是否想要從事此市場，而如果是的話，應如何向影響力中心定位您的故事。在此花一分鐘，記下您希望影響力中心為您引薦進入的市場。首次會面結束時，您想有下一次會面，以向他們講解您幫助客戶的方式，與他們的有何相似之處。

**保持聯絡**

與影響力中心在社交媒體上連繫，轉寄您認為他們會感興趣的文章。我與 CPA 合作，不時組織教育研討會並邀請他們參與，他們毋須付出成本，便可得到榮譽，而我則可將自己定位為專家。邀請他們打高爾夫球、短程旅遊或參加您認為有助建立關係的活動。花一分鐘，記下會面後，您今日所做、且可與影響力中心進一步連繫的所有事情，並且列出您認為需要進行、以讓他們保持參與的事件清單。

**當電話響起時**

當影響力中心為您引薦時——請確保要感謝他們。與客戶會面後，請確保您在整個流程中，讓影響力中心知悉最新情況。若客戶准許且影響力中心希望這麼做，請在向客戶提供建議前，先與影響力中心說明一遍，當您在頭幾次引薦中完成此動作後，影響力中心便會讓您自由發揮，即使如此，請仍確保讓他們時刻知悉最新消息。

最後，我的淺見是透過此流程，業務會變得更有趣味、更流暢，並帶來更豐厚的經濟成果。祝一切順利！