



آیا تا به حال از اینکه چرا عده‌ای از نمایندگان و فروشندگان بیمه دست به هر کاری که می‌زنند موفق می‌شوند، متعجب نشده‌اید؟! آیا آنها باهوش‌تر از سایر نمایندگان و بازاریابان بیمه در این کشور هستند؟ آیا آنها از یک دانش مخفی برخوردارند؟ یا شاید هم با خودشان مَهْره مار دارند؟ و یا شاید آنها فقط، خوش‌شانسی می‌آورند؟

در طول بیش از 11 سال گذشته، من عوامل و فاکتورهای مؤثر در کار و زندگی بسیاری از این نمایندگان و بازاریابان موفق در صنعت بیمه این کشور را مورد مطالعه و موشکافی قرار داده‌ام و تمامی استراتژی‌های کاری آنها را امتحان کردم.

در طول این مدت، با دقت زیاد، تعداد بسیاری از کتابهای نوشته شده در رابطه با رموز و قوانین موفقیت فردی را مطالعه کردم و دوره‌ها و همایشهای بسیاری شرکت نمودم و یا صوت و فیلم آنها را تهیه و بررسی کردم که توسط برترین و بزرگترین متفکران این زمینه، ارائه گردیده‌اند؛ اشخاصی نظیر: «ناپلئون هیل»، «اریل نایتینگل»، «آریسون سوئیت ماردن»، «چارلی تریمندوس جانز»، «فارست والس کاتو»، «آنتونی رابینز»، «جک کنفیلد»، «دارن هاردی»، «برایان تریسی»، «دیل کارنگی»، و... (در طول 14 سال، با 2 تا 3 ساعت مطالعه روزانه و بلاانقطاع، موفق شدم بیش از 600 جلد کتاب در زمینه‌های فروش، بازاریابی، مدیریت، تبلیغات، برندینگ، موفقیت

فردی و هدفگذاری و... را مطالعه و مطالب آنها را به یکدیگر پیوند دهم و نکات و کشفیات تازه‌ای به دست آورم.

همچنین بیوگرافی تعداد زیادی از Businessman های مطرح تاریخ را مطالعه کردم. افرادی نظیر: «جی.سی.پنی»، «اندرو کارنگی»، «بنجامین فرانکلین»، «هنری فورد»، «استیو جابز»، «بیل گیتس»، «وارن بافت» و سایرین. به علاوه، مطالعات ویژه‌ای بر روی سوپر استارهای فروش بیمه در ایران و جهان انجام دادم؛ افرادی نظیر: «بن فلدمن»، «مهدی فخارزاده»، «جان سویج»، «ون مولر»، «جرمی نیسون» و تعداد زیاد دیگری از این افراد.

## 10 خصیصه و ویژگی سوپر استارهای فروش بیمه:

در نهایت متوجه شدم که تمامی این اشخاص موفق، 10 ویژگی و خصیصه‌ی زیر را به طور مشترک در خودشان دارند. نکته جالبی که وجود دارد این است که شما نیز می‌توانید هر کدام از این ویژگی‌ها را در خودتان گسترش دهید و آنها را تبدیل به بخشی جدایی‌ناپذیر از فعالیتهای فروش و بازاریابی‌تان نمایید. پس این شما و این هم ده ویژگی شخصیتی نمایندگان برتر بیمه در ایران...

### ویژگی شماره 1:

موفق‌ترین فروشندگان و نمایندگان بیمه، کارهایی را انجام می‌دهند که ناموفق‌های این رشته، هرگز آنها را انجام نداده‌اند.

نمایندگان و فروشندگان موفق بیمه، تصمیماتی قاطع می‌گیرند و به هر ترتیب ممکن، به تصمیمات خود پایبند هستند. در حالی که بیشتر نمایندگان و فروشندگان آماتور، به هر قیمتی

که شده از زحمت و ناراحتی و سختی انجام کارها سر باز می‌زنند. فروشندگان و نمایندگان حرفه‌ای بیمه، ارزش و منفعت کار بر روی موارد سخت و مشکلی که سایرین، انجام نمی‌دهند را به خوبی درک کرده‌اند.

«تفاوت میان انسانهای ناموفق با انسانهای موفق، در کمبود استعداد و دانش نیست، بلکه در نداشتن اراده است» (وینس لُمباردی)

## ویژگی شماره 2:

نمایندگان و فروشندگان موفق بیمه معتقدند که اگر به اندازه کافی به مردم برای به دست آوردن چیزهایی که می‌خواهند، کمک کنیم، خود نیز به تمامی خواسته‌هایمان در زندگی خواهیم رسید.

نمایندگان و فروشندگان موفق، همواره مترصد یافتن فرصتهایی برای کمک به دیگران هستند. اما فروشندگان و نمایندگان ناموفق، همواره از خود می‌پرسند: «در انجام این کار، چه نفع شخصی برای خود من وجود دارد؟»

من در زندگی و شغلم یک خط قرمز میان هدفم از انجام یک کار و قصدم از انجام آن کار رسم کرده‌ام. هدف همه ما از شغلان، کسب پول و درآمد است. اما فرق بین موفق‌ها و ناموفق‌ها در قصدشان از انجام آن شغل است.

به طور مثال من همواره بیمه عمر را به قصد کمک به مردم طبقه متوسط جامعه برای رسیدن به خواسته‌هایشان در زندگی می‌فروشم، اما با هدف کسب درآمد؛ ایراد کار بسیاری از نمایندگان

و بازاریابان بیمه در کشور ما این است که قصد و هدفشان فقط کسب درآمد و گرفتن کارمزد حاصل از هر فروش است.

«هر چیزی را که تصور و تجسم کنید، به آن دست خواهید یافت. شما به تمامی خواسته‌های خود خواهید رسید اگر به اندازه کافی به مردم برای رسیدن به خواسته‌هایشان کمک کنید» (زیگ زیگلر)

## ویژگی شماره 3:

نمایندگان و فروشندگان موفق، اهداف و خواسته‌های خود را می‌شناسند و برای رسیدن به آنها برنامه‌ریزی می‌کنند.

فروشندگان و نمایندگان موفق بیمه، اشخاصی نتیجه‌گرا هستند. آنها به سوی اهدافی که از قبل تنظیم کرده‌اند حرکت می‌کنند و هنگامی که به این اهداف دست می‌یابند، لذت می‌برند. فروشندگان و نمایندگان موفق، یک زندگی منظم و طبق برنامه دارند و همواره در حال تنظیم اولویتهای خود هستند. اما فروشندگان و نمایندگان ناموفق، تنها به انجام کارهایی می‌پردازند که در همان لحظه به آنها احساس خوبی می‌دهد و آینده، برایشان مفهومی ندارد.

همین دیدگاه کوتاه‌بینانه است که سبب افزایش استفاده برخی نمایندگان و فروشندگان بیمه از متدهای فروشندگی بیمه‌هایی نظیر بیمه عمر است که اگر چه منجر به فروش بیمه‌نامه می‌شود اما در کوتاه‌مدت یا میان‌مدت، سبب بازخرید بیمه‌نامه توسط بیمه‌گذار می‌شود. حرفه‌ایهای فروش بیمه عمر به خوبی می‌دانند که ارزش حفظ یک بیمه‌گذار عمر در بلندمدت و تا پایان مدت قرارداد بیمه‌نامه چقدر زیاد است و هرگز حاضر به فروش به هر قیمتی نخواهند بود. آنها می‌دانند دارند به کجا می‌روند و مقصد نهایی‌شان را فدای سودهای کوتاه‌مدت نمی‌کنند.

«فروشنندگان هدفمند، همواره موفق هستند، زیرا می‌دانند که به کجا می‌روند» (اریل نایتینگل)

## ویژگی شماره 4:

فروشنندگان و نمایندگان موفق، همگی افرادی عملگرا هستند.

آنها هرگز دفع‌الوقت و مسامحه نمی‌کنند و هرگز زمانهای خود در زندگی‌شان را در انتظار رسیدن فرصتهای مناسب، تلف نمی‌کنند. حرفه‌ایهای فروش بیمه به دنبال میوهی آویزان از درخت نیستند؛ بلکه در حال تلاش برای برداشت کل محصول باغ هستند. آنها همواره درگیر کار، مولد و پُر انرژی هستند.

هنگامی که فروشنندگان و نمایندگان ناموفق، روی تخت خوابشان دراز کشیده‌اند و در حال برنامه‌ریزیهای شبانه‌روزی، تفکر شبانه‌روزی، دست روی دست گذاشتنهای شبانه‌روزی و در نتیجه، حرکت روی یک چرخه باطل و تکراری هستند، فروشنندگان و نمایندگان موفق، کارهای خود را به اتمام رسانده و دستهای خود را هم تکانده‌اند!

حرفه‌ایهای فروش بیمه می‌دانند که موفقیت در این شغل یعنی 10 درصد برنامه‌ریزی و 90 درصد عرق ریختن! آنها در ابتدا و به محض آماده کردن اسلحه‌ی خود، فقط و فقط یک لحظه‌ی کوتاه را صرف هدفگیری کرده و فوراً شلیک می‌کنند. زیرا می‌دانند پس از هر شلیک، می‌توانند روند هدفگیری برای شلیک بعدی‌شان را اصلاح و بهینه کنند. اما نمایندگان و فروشنندگان آماتور، آنقدر وقت صرف هدفگیری می‌کنند که هرگز فرصت چکاندن ماشه را پیدا نمی‌کنند.

به طور مثال وقتی از شرکت‌کنندگان در دوره‌ی جامع بیمه‌مارکتینگ که یک دوره 40 ساعته و 5 هفته‌ای است می‌پرسیم سؤال یا مشکلی درباره‌ی اجرای نکات و دستورالعملهای جلسه‌ی قبل

دارید یا خیر؟ کلاس به دو گروه تقسیم می‌شود. یک گروه کوچک 5 یا 6 نفره و یک گروه بزرگ چند ده نفره! گروه کوچک، دنیایی از سؤالات و ابهامات را دارند، زیرا طی یک هفته‌ی قبل، تمام وقتشان را صرف اجرا و به کار بستن دستورالعملها و تکنیکهایی که در جلسه‌ی قبل آموخته‌اند کرده‌اند. اما گروه دوم که اکثریت را تشکیل می‌دهند هیچ سؤال و ابهام و مشکلی ندارند، زیرا حتی یکی از دستورالعملهای جلسه‌ی قبل را هم به کار نبسته‌اند.

وقتی دلیل را می‌پرسم با این پاسخ مواجه می‌شوم: «ما منتظریم تا کل دوره 40 ساعته تمام شود و بعد شروع به استفاده از تکنیکها و دستورالعملهای دوره کنیم!» البته آنها هرگز دست به کار اجرای نکات و دستورالعملهای دوره نمی‌شوند. آنها تمام زمان خود را صرف هدفگیری می‌کنند و هرگز فرصت چکاندن ماشه را به دست نمی‌آورند.

«یک طرح و برنامه برای رسیدن به خواسته‌های تان ایجاد نمایید و فوراً دست به کار اجرای آن شوید؛ حتی اگر کاملاً آماده اجرای برنامه تان نباشید» (ناپلئون هیل)

## ویژگی شماره 5:

**فروشنندگان و نمایندگان موفق، از ریسک کردن، ترسی ندارند.**

فروشنندگان و نمایندگان موفق بیمه، از انجام کارهایی که در راستای رسیدن به اهداف شان باید انجام دهند، ترسی ندارند. آنها این کارها را در حالی انجام می‌دهند که هیچ گونه گارانتی و ضمانتی برای موفقیت و رسیدن به منافع، برای شان وجود ندارد. خودِ هدف، برای آنها مهم تر و بزرگ تر از پولی است که به دست می‌آورند!

حرفه ای های فروش بیمه می دانند که بزرگ ترین دشمن یک فروشنده، ترس از شکست و «نه!» شنیدن است. آنها پی برده اند که تا وقتی خطر شکست خوردن را نپذیرند، هرگز پیروز نمی شوند. آنها آموخته اند که نمی توانند خاک ریز جلویی را فتح کنند تا وقتی که در خاکریز عقبی مانده اند! و درنهایت اینکه پذیرفته اند که تنها داروی مقابله با ترس، اقدام و دست به کار شدن و انجام کاری است که از آن می ترسیم...

**«موفقیت را باید از دل شکست بیرون بکشید. کنار آمدن با دلسردی و شکست، دو سنگ بنای اصلی در رسیدن به موفقیت هستند» (دیل کارنگی)**

## ویژگی شماره 6:

**فروشنندگان و نمایندگان موفق بیمه، هرگز روند یادگیری را متوقف نمی کنند.**

فروشنندگان و نمایندگان موفق، در تمام طول زندگی شان، مشغول یادگیری هستند. آنها به طور مستمر خودشان را آموزش می دهند؛ چه به صورت رسمی (تحصیلات آکادمیک در دانشگاه ها) و چه غیر رسمی (دیدن، شنیدن، سؤال کردن، خواندن، شاگرد بازار بودن) و یا از طریق آزمون و خطا و یا درنهایت از طریق هر سه این موارد در کنار هم.

حرفه ای های فروش بیمه، می دانند مطالعه و یادگیری اصول فروش و بازاریابی، اگر چه به نظر کاری فوری نمی رسد اما کاری مهم و حیاتی است. آنها می دانند که اگر هر روز فقط ۳۰ دقیقه را به مطالعه و یادگیری اختصاص دهند، پس از ۵ تا ۱۰ سال، حتی بیشتر از یک فارغ التحصیل رشته بازاریابی و فروش، اطلاعات دارند. اما طی این ۶ سال تحقیق و بررسی من در صنعت بیمه به این نتیجه رسیدم که بیش از ۶۰ تا ۷۰ درصد از نمایندگان و فروشنندگان آماتور و ناموفق، در

طول سال های فعالیت شان حتی یک جلد کتاب در حوزه بازاریابی و فروشندگی بیمه مطالعه ننموده اند!

«پروسه یادگیری در شما هرگز متوقف نمی شود و این عدم توقف، همواره به شما کمک می کند» (لئوناردو داوینچی)

## ویژگی شماره 7:

**فروشندگان و نمایندگان موفق، مربیان و مشاوران خوبی دارند.**

فروشندگان و نمایندگان موفق بیمه، خود را با اشخاص موفق که با آنها در یک خط فکری قرار دارند، هم نشین می کنند. آنها همواره به دنبال ایجاد روابط برنده-برنده (Win-Win) هستند. هنگامی که دو نفر یا بیشتر، مشارکتی را برای رسیدن به اهداف، فعالیت ها و نتایجی خاص، آغاز می کنند نتیجه کار، نبوغ آمیز خواهد بود. تقریباً تمامی کمالات عالی و موفقیت های معجزه آسا در طول تاریخ، از همین اصل و قاعده کلی ایجاد گردیده اند.

متأسفانه ۲ چیز مانع پیشرفت و ترقی بشر در شغل یا زندگی اش می باشد. اولی غرور و دومی پیش داوری است. این دو عامل، همانند پرده ای روی چشم ها و گوش های آدمی را می پوشانند و مانع از یادگیری و پیشرفت وی می شوند. در صنعت بیمه نیز شاهد نگاه های مغرضانه و غرورهای بی جایی هستیم که سبب شده بسیاری از نمایندگان، حتی به موفق های این صنعت، نزدیک هم نشوند!



«هنگامی که گذشته تمامی اشخاصی که بسیار موفق و خوش شانس بوده اند را بررسی می کنید، می بینید که خواسته یا ناخواسته از تعالیم و مشاورات عالی اشخاص برتر، بهره برده اند.» (ناپلئون هیل)

## ویژگی شماره 8:

**فروشنندگان و نمایندگان موفق، به کاری که می کنند اعتقاد کامل و راسخ دارند.**

آنها هدف از زندگی شان را می دانند. آنها کارهایی را که خودشان به آن اعتقاد دارند انجام می دهند؛ به جای انجام کارهایی که از بیرون به آنها القاء می شود. آنها هرگز تن به انجام کارهایی که دیگران فکر می کنند که آنها باید انجام دهند، نمی دهند.

نکته بسیار جالب توجه این است که وقتی بر روی نمایندگان و فروشنندگان ناموفق در صنعت بیمه تحقیق می کردم، متوجه یک مشخصه بارز و مشترک در بین اغلب آنها شدم. اینکه آنها خودشان فاقد بیمه نامه ای هستند که هر روز قصد فروش آن را به مردم دارند. این مسئله درباره بیمه نامه عمر بیش از هر بیمه نامه دیگری به چشم می خورد. وقتی دلیل را جویا می شوم با پاسخ های تکراری و یکسانی نظیر: «صبر کرده ام تا پول بیشتری به دست بیاورم تا بیمه عمری با حق بیمه بالاتر تهیه کنم» مواجه می شوم.

این دسته از نمایندگان و فروشنندگان بیمه های عمر در حال فریب دادن خودشان هستند و نه هیچکس دیگری! آنها عدم اعتقاد و ایمان شان به آنچه می فروشند را اینگونه می پوشانند. غافل از اینکه احساسات واگیر دارند. یعنی این حس عدم ایمان و اعتقاد ذاتی فروشنده به بیمه نامه ای که قصد فروشش را دارد، به مشتری القاء می شود و مشتری احساس می کند یک جای کار می لنگد...!

«اگر می خواهید موفق شوید، راه آن، پیروی از این تفکر ساده است: بدانید که چه کاری را انجام می دهید؛ آن کار را دوست داشته باشید و به انجام آن کار، اعتقاد راسخ داشته باشید» (ویل راجرز)

## ویژگی شماره 9:

### فروشنندگان و نمایندگان موفق، افرادی ثابت قدم و صبور هستند.

فروشنندگان و نمایندگان موفق بیمه، هرگز در مقابل شرایط دشوار، تسلیم نمی شوند. هنگامی که اکثریت مردم عادی، به دنبال راه های ساده، کوتاه و سریع می گردند (میان برها)، فروشنندگان و نمایندگان موفق، به دنبال راهکارهایی می گردند که حتی اگر سخت و طولانی باشند، ولی به بهترین نتایج منجر می شوند.

اغلب نمایندگان و فروشنندگان ناموفق در صنعت بیمه دارای طرز تفکر یک شبه ثروتمند شدن هستند! آنها می خواهند راه ۵ یا ۱۰ ساله را شش ماهه یا یکساله طی کنند. اما این شدنی نیست! موفقیت در شغل بیمه گری نیز مثل هر شغل دیگری، چوب خوری دارد و نیازمند صرف زمان است. همین چند روز پیش بود که برای اولین بار شنیدم صعود به قله ۸۸۴۸ متری اورست، ۶۵ روز زمان می برد! یعنی بیش از ۲ ماه. اما این بدان معنی نیست که کوهنوردان حرفه ای، توان لازم برای صعود یکی دو روزه به این قله را ندارند. بلکه اگر دست به چنین کاری بزنند، بر اثر ارتفاع زدگی و تغییرات ناگهانی در بدن بر اثر کاهش ناگهانی فشار هوا و غلظت اکسیژن و... حتی ممکن است جان شان را از دست بدهند.

موفقیت در فروشنده گی بیمه نیز دقیقاً شبیه روند فتح قله اورست است. اگر چه نمایندگان موفق و حرفه ای نیز می توانند دست به کارهایی بزنند که فروش چشمگیری را در مدت زمانی کوتاه

به دست آورند، اما به خوبی می دانند که این کار، موقتی است و در دسرها پس از انجام این کار، تازه آغاز می شوند.

«هیچ چیز در دنیا نمی تواند جای ثابت قدم بودن و پایداری را بگیرد. استعداد، نبوغ و دانش، هرگز به تنهایی، سبب موفقیت شخص نمی شوند. تنها، ثابت قدم بودن و اراده داشتن است که می تواند جای همه چیز را بگیرد» (کلوین کالیج)

## ویژگی شماره 10:

**فروشنندگان و نمایندگان موفق، نسبت به خودشان اطمینان کامل دارند.**

آنها نسبت به توانایی های خود، کاملاً مطمئن هستند. آنها استانداردهای بالایی برای خودشان تعریف می کنند که سبب ایجاد تعهدات بیشتر، جنبش و حرکت بیشتر و اخلاق حرفه ای بهتر و البته خلق نتایج بهتر برای آنها می گردد.

حرفه ای های این صنعت به خوبی آموخته اند که به جای کم کردن سطح توقعات و خواسته های شان و تقلیل آنها تا سطح توانایی های فعلی خود، روند برعکس را در پیش گیرند و سطح توانایی های خود را افزایش داده تا به سطح خواسته های شان برسند.

«قدرتهایی در درون شما وجود دارند که اگر آنها را کشف و استفاده کنید، هر چیزی که در رؤیاهایتان دارید یا هر چیزی را که تجسم می کنید، برایتان قابل دسترس می شوند» (آریسون سوئیت ماردن)

حال انتخاب با شماست که موفق شوید یا ناموفق! این کاملاً به خود شما بستگی دارد...

«نظم درونی مثبت، شما را در جایگاه و موقعیت درست قرار می‌دهد. هنگامی که کارها و حرکتهای درست را تمرین کنید و آنها را در خودتان، درونی سازید، شما را تبدیل به یک انسان با کارآیی فوق‌العاده بالا می‌کند» (دنیس ویتلی)

بیمه‌گر و توانگر باشید...

حامد عسگری

[لینک منبع مقاله](#)