

专业比人脉更重要

——平安人寿河南分公司区拓展业区主任尤锐锐

敢于挑战不愿安于现状

清秀的脸庞,柔和的眼神,穿着简单大方,眼前的尤锐锐外表看起来就像一位普通的邻家女孩。但是,这个看似柔弱的女孩,身上却蕴藏着很大的正能量和坚定的人生目标。

从中央民族大学教育专业研究生毕业后,家里希望尤锐锐当老师或者考公务员,却被她拒绝了。她说,趁着自己年轻,想先在企业里锻炼锻炼。在某汽车金融公司,尤锐锐很快从基层员工做到中层,工作和生活过得较为安稳。

2016年,尤锐锐遭遇“职场天花

板”。她对自己说:想要突破,就必须先了解自己,寻找突破方式。一次偶然机会,她选择加盟平安人寿。

从公司中层到保险营销员,尤锐锐的选择令很多人感到意外,很多同事、朋友,甚至是家人都不理解她当初所做的选择,更有人认为她在“闹着玩儿”。面对大家的误解、质疑和不支持,她无怨无悔,用事实证明了自己当初的选择是正确的:2016年11月入司,2017年1月,她顺利晋升区主任。无论个人能力还是收入水平,都比之前有了明显提高。

坚持学习奠定业绩基石

不少人认为,做保险如果没有一定的人脉,一定是十分艰难的。对此,尤锐锐表示,专业能力比人脉关系更重要。

“保险和其他商品不一样。有的保险产品需要缴费二三十年,并不是一锤子买卖,如果我们没有专业的规划能力,怎么为客户提供优质的保险服务?”从入保险公司以来,她坚持每天学习,不断积累专业知识,用自己的专业赢得客户。

她认为,只有学习才能跟上公司的步伐,只有学习才能让你的客户认可,只有学习才能让你自己的观念有所改变,才能更好地为客户服务。时至今日,她依然坚持拜访客户,并给自己规定硬性指标。正是因为这样的坚持让她的客户量不断增加,业绩不断突破,为晋级之路打下了坚实基础。

“互联网让人与人之间的距离变近了,温度却少了。对保险代理人的思想和专业要求更高,保险销售已经进入‘拼服务’和‘拼专业’的阶段。今后,我也会不断学习,不断接受新鲜事物,不断提高自身修养和专业水平,用心、用智、用力迈向更高的舞台,细心发掘客户需求,用心服务。”尤锐锐说。

“空杯心态”创造佳绩

“保险行业有句老话,‘新人签单不可喜,老人签单才可贺’,要想‘基业长青’必须逼着自己去做陌生市场。”尤锐锐说,从事保险初期,为了寻找客户,在写字楼里从上到下,一层一层地做陌生拜访。只要没有被拒之门外,她就给人家普及保险知识。

这种“扫楼”的推介形式,虽然没有预期的那么好,但为尤锐锐积累了大量经验,更培养了勇气。她说,选择投身保险行业,就意味着白手起家、从头做起。面对专业的保险知识,尤锐锐迎难而上。她不仅用功把产品摸

透,细细钻研每一款条款,还紧跟金融发展趋势,不断充电去拓宽自己的金融知识面。

那时候,她坚持每天早上7点到公司,在外拓展一天业务后再回公司,梳理当天的工作。把每天见到的人都记下来,拜访程度,介绍人等,都写得非常详细。遇到任何难题,及时和同事共同研讨、共同进步,逐渐成为彼此之间的良师益友。

“我想每个人都应该有‘空杯心态’,只有放下了不如意的心情,才能更好地开始下一次。”尤锐锐说。

“人生必须抓住每一个机会,精心规划职业生涯,重塑人生价值。”80后女孩尤锐锐是这样说的,也是这样做的。在某汽车金融公司做了4年中层管理之后,2016年11月,深思熟虑后她毅然决定加入平安人寿,成为一名保险代理人员。短短一年时间,她由一名普通业务员成长为一个区拓展业区主任。

尤锐锐说,追求自己想要的才是实现人生价值的真谛。不论今后有多少坎坷,多少艰辛,她都会沿着保险营销这条道路一直走下去。倪子 薛光明



知名车企频繁到郑“搞事情”;车联网成“下一站”风向标 “新车效应”带动车市提前迎来小高潮

“型鲨”宝骏530满足实用需求

近日,宝骏530郑州上市,售价7.58万~11.58万元。配置方面,宝骏530以舒适和科技为主,国际大牌哈曼Infinity 9扬声器音响、后侧窗隐私玻璃、后视镜电动调节及加热功能、前后排阅读灯、无钥匙进入及一键启动等配置,极大地提升了用车的便利性。

宝骏530底盘采用前麦弗逊式独立悬架、后梯形多连杆独立悬架的

组合,前后减震器均来自知名零部件供应商萨克斯品牌。此外,宝骏汽车与全球领先的底盘研发机构摩缇马帝合作,共同操刀宝骏530的底盘调校,使整车在滤震、抑制弯道侧倾等方面表现出色。动力组合方面,宝骏530为消费者提供1.5T-6MT手动挡、1.5T-DCT自动挡、1.8L手自一体自动挡三种动力总成的组合。

吉利2018款帝豪GL焕新登场

近日,吉利2018款帝豪GL区域上市品鉴会郑州站收官,吉利2018款帝豪GL诞生的使命便是为了颠覆消费者对国产A级轿车的传统认知,证明中国品牌在竞争最激烈的细分市场也可以拿出上乘之作。

在动态试乘环节,为了让粉丝感受到吉利2018款帝豪GL每一种状态

下的真实实力,主办方特别安排了直线加速、蛇形桩、连续弯道、紧急制动、直角转弯五个项目,把吉利2018款帝豪GL最真实的自己展现在广大车主面前,每一项的深度体验牢牢地刻入人心。除此之外,本次活动,吉利2018款帝豪GL的诚意满满,用实实在在的礼品送给前来参与的消费者。

新车扎堆上市,车联网成“下一站”风向标,知名车企领衔酷跑节……从这些关键“线索”中不难看到,刚刚进入4月,中原车市提前迎来了小高潮。郑报融媒记者 谢亮

2018 一汽丰田春季新品颜值担当

3月23日,以“新·生活美学”为主题的2018一汽丰田春季新品发布会举办。

在春季新品发布会中,有着“国民家轿”之称的“销量担当”新卡罗拉,此次以时尚秀的方式幸福亮相。本次产品升级,不但在外观内饰上“颜值”升级,更是增添了多项实用性十足的智能科技配置,为消费者提供了三款不同配置的车辆选择。

除新卡罗拉外,城市SUV先行者

RAV4荣放的“百万纪念版”也将在本次的春季新品发布季中重磅发布。这意味着RAV4荣放凭借出色的产品力、用户口碑成功进入百万车型销量俱乐部,实至名归的“实力担当”。

作为“颜值担当”,一汽丰田首款TNGA丰巢架构下的首款小型SUV奕泽IZOA将于4月开启预售。其炫酷的造型将成为年轻人的时尚首选,成为新潮流下的“网红车”,开启一汽丰田品牌年轻化的新时代。

全新景逸X5不惧PK

3月25日,由东风风行举办的“质在必得,约战潘玮柏——全新景逸X5全国试驾挑战赛”,正式在郑州拉开帷幕。

本次挑战赛,设计了由直线绕桩挑战赛道、极限倒车入库、汽车篮球赛、游刃有余、车内寻宝组成的海选赛竞技项目,吸引了来自郑州区域50家主流媒体,以及河南地区选拔的近百名参赛选手,零距离体验全新景逸X5酣畅淋漓的驾驶及操

控乐趣,在挑战过程中不断突破自我,探寻内心对快乐自我的渴望。

作为东风风行2.0时代的精品代表作,全新景逸X5不仅具备高颜值、高品质、高可靠、高智能的“四高”优势,更拥有形象代言人潘玮柏赋予的“年轻活力”,而在外观、舒适、驾乘感受等方面更是符合广大车友“严选一部好车”的标准,令媒体和广大消费者倍感兴趣。

新车:自主品牌颠覆认知

战略:车联网成风向标

营销:新生活美学从车开始

试驾:换新升级