

主笔记

宇宙的尽头是销售

□记者 崔烨

我跟着“KEEP”练杠铃操的时候,纠结要不要花9元买个会员资格,可以练习更多课程,后来又想我有其他物理场地的会员,也有私人教练,只是偶尔在家里练,对软件的黏性没那么大……最后仍然没有买。

朋友笑称我这是典型的行为经济学上的“心理账户”:30块一杯的咖啡每天都喝,而几毛钱一天的会员跟身边朋友借一圈;几千块的球鞋说买就买,加10块钱的运费马上就停止剁手。我倒是更多关注在销售环节上,9块钱的产品消费者也不是说买就买。现代人既抠门又大方,总之是觉得值得,就放手消费;觉得不值,能省就省,绝不多花一分钱。

不管身处哪个行业,你会发现销售的态度总是较低,且主动,他们经常要面对陌生的人、一个不确定的环境,有时心里也会充满焦虑:怎样才能卖出产品?客户什么怎样才能接受我的方案?粗放型的套路——给你吃,给你喝,陪你玩,陪你野,任君使唤,绝无怨言……自然是行不通的。而且各种心灵鸡汤也早早地让每个销售都明白:我们不为人创造价值,不为社会创造价值,我们就不会有价值。

一个好销售除了有高情商、好教养,一定是有很强行动力的人,他们会摒弃杂念,不去看“远处模糊的事”,而去“手边清楚的事”。到底做了有没有用?什么时候才有用?水电站理论对我影响很大。这个理论说,人就像水电站一样,开始蓄水时,你觉得没什么作用,到了一定水量,突然你就可以发电,输出能量了。到那么厉害时,你并不会更累,水流量也还是那么大。一切力量都是积累出来的。

比如同样是4%的股票收益率,1万元1年挣400元,也就是一顿饭,无足轻重。可是积累到了1000万,4%就是40万,足可支撑小康之家。这两天看一个数学上的“谷堆悖论”也是表达了这个意思:类似“冷”“富”“堆”等自然语言概念都是模糊的,我们无法定义一个标准判定,比如多少颗谷子算一堆?但当你累积到一定量时,你能确定说这是一堆谷子,哪怕多一粒少一颗也不会影响它是一堆谷子。

这样想来,我们为什么说爱,知识,智慧,才能,影响力……是无敌的?因为它们是无穷的。无穷的意思就是永不停止,永远都是开始,永远都在增长。

当然我们活在这个世界上,一定会碰到各种各样的大小问题,甚至说要用从出生就开始攒的智慧去解决都不为过,而好的销售恰好是解决问题的专家,而且是愉快地去解决问题,他们还可以分身成自我的心理诊疗师:情绪不能解决问题只会制造问题,焦虑是用错了方向的想象力。当碰到难题时,他们能够自我化解、自我治愈。

甚至到某个阶段,会发现目标本身已经变得不那么重要了,重要的是经由目标,集中注意力,投入一种实际可行而充满乐趣的活动。

崔烨

eyiuc@163.com

欢迎扫码
“上海金融发布”
订阅权威、实用的理财信息



“保险力量” 肩挑更多企业社会责任

□记者 崔烨

3月31日,在上海银保监局指导下,上海保险同业公会、保险学会举办“支持经济高质量发展 上海保险业助力营商环境持续优化”新闻通气会,组织人保财险上海分公司、太保产险上海分公司、中国信保上海分公司、交银人寿、建信人寿上海分公司等机构分享上海保险业助力营商环境持续优化的一系列有效举措。

践行“双碳”战略 共建绿色保险生态

良好的生态环境是最普惠的民生福祉,是推动一个城市高质量发展的内生动力,也是一个城市营商环境的重要组成部分。上海保险业严格贯彻落实优化营商环境系列决策部署,积极探索“绿色发展之路”,精准推动绿色保险发展,为城市高质量发展注入“绿色力量”。

近年来,太保产险上海分公司主动承担起保护自然环境、建设生态文明、推动可持续发展经济的社会责任,以保险服务为抓手,全面构筑绿色保险和可持续保险的保护网,服务国家战略,助力“双碳”目标顺利推进。

在推动“双碳”目标方面,在2022年第五届中国国际进口博览会举行期间,太保产险上海分公司联合中国国际进口博览局,开展“零碳进博·零塑办博”碳普惠行动计划,打造会展促进绿色低碳全民行动的典范,实

现了绿色低碳的价值传递,为我国碳普惠体系建设贡献实践案例。

在“绿色低碳”部署方面,太保产险上海分公司紧跟上海“绿色低碳”重点区域部署,主动对接临港新片区高速发展情景下“六绿三脱一高地”低碳发展新模式和国际低碳发展标杆都市基本框架的各类保险需求,助力临港新片区高质量发展和全方位更高水平开放。同时,聚焦崇明世界级生态岛碳中和示范区建设,积极为全岛减排、控源、固碳、增汇活动提供保险服务方案。2022年,还创新推出“碳中和保险”“大型公共建筑合同能源管理项目碳基准保险”,成功入选上海市“2022节能和综合利用十件大事”。

在新能源车保障方面,太保产险上海分公司积极布局新能源车全产业链保障,在传统财产、责任保险保障基础上,全面对接“电动化、智能化、共享化”的新能源车时代,加快承接新能源汽车产业绿色化与城市相配套的能源基础设施快速发展所带来的大量风险保障需求,为人民绿色生活保驾护航。

构建消保共治格局 夯实信用体系建设

消费者权益保护工作对于防范化解金融风险、构建稳定营商环境、支持经济社会发展具有重要意义。上海保险业始终坚定维护金融消费者合法权益,持续优化金融生态环境,共促市场经济平稳健康运行。

在消保顶层设计方面,不断完善消保工

作机制流程。交银人寿通过制定消保政策,明确主体责任、职责分工,并将消保工作纳入公司发展规划,建立健全消保审查、信息披露、适当性管理等11项长效化工作机制。建信人寿上海分公司严格落实监管要求,将消保工作融入公司治理、经营发展战略和企业文化建设,强化售前、售中、售后全流程管控,依托公司新一代核心业务系统建设,梳理消保新型管理模式。

在消保工作的科技运用方面,不断提升电子化、移动化、数字化的智能运营服务能力。交银人寿上线投诉管理系统和服务质量指数数据看板,建立和完善消保制度、消保审查、典型投诉举报案例、宣教资料等数据库。建信人寿上海分公司推进对私客户关系管理与维护组件和营销与销售管理组件建设,建设银保寿险特色客户标签库,建立具备与总行配套的数字化营销体系,实现队伍客户双向赋能。

在压实消费者权益保护主体责任方面,积极探索宣教新渠道、新模式、新内容,并扎实推进保险业诚信文化建设,促进金融市场公平有序。交银人寿聚焦金融常识教育、适当性教育、诚信文化教育,注重“一老一少一新”和重点区域教育辐射,开展“线上+线下”等多种形式宣传互动,强化行业协同宣传。建信人寿上海分公司持续提升全员的消费者权益保护意识,构建相对完善的各层级消费者权益保护工作组织架构和运行机制,将消费者权益保护工作与业务发展深度融合,切实解决消费者急难愁盼问题。

新金融

浦发银行联动共促 南京路商圈消费新动能

□记者 崔烨

日前,上海市南京路商圈党建联盟第一届轮值主席团会议在中山路一路12号浦发银行顺利召开,13家轮值主席团成员单位出席。会上,包括浦发银行黄浦支行在内的党建联盟相关企业签署《共促南京路商圈消费新动能》倡议书,旨在推进南京路商圈党建、促进商圈繁荣发展,积极发挥联盟成员在促消费稳增长工作中的作用,为上海加快建设国际消费中心城市贡献力量。

南京路商圈党建联盟成立于2022年11月22日,联盟成员包括50多家商业、金融等龙头企业及属地街道、各驻地区单位党组织。在南京路商圈党建联盟第一届轮值主席团会议上,联盟相关负责人达成共识,将不断扩大联盟在商圈的号召力和凝聚力,推动南京路商圈高质量创新发展,续写文明和谐、繁荣发展的美好图景。

浦发银行黄浦支行将积极落实联盟号召,以党建赋能南京路商圈发展。结合浦发银行“国潮有浦”助燃申城消费活力相关活动,推进“三个一”促消费工程,与联盟单位开展一系列商圈促消费活动,推出一批特色惠民消费贷产品,深化一批消费场景服务。对于即将到来的“五五购物节”,浦发银行黄浦支行也将全力助推消费扩容升级,服务南京路的商超、餐饮、文化旅游等多消费领域,全面打造近悦远来的消费环境,将“中华商业第一街”金字招牌擦得更亮,为持续落实扩大内需战略、奋力打造国际消费中心城市贡献更多“金融力量”。

期限	起点金额	年利率
一年		1.85%-2.15%
两年	50元起	2.30%-2.65%
三年		2.65%-3.25%

定期存款 保本保息

纳入存款保险保障范围