



全新觀點

我們生活的世界已發生「翻天覆地的改變」。這場疫情迫使人們摒棄許多過去自認為是真理 — 取而代之的是新的行動、信念、行為和活動。例如，危機使得每一個人不得不重新審視工作的方式。

現在想像一下生活在同樣的情境中，不容許有個人喜好的空間，同時改變是在自己不知情的狀況下發生的。而且，不能服務客戶對您本身、您的客戶和僱主都會造成深遠的影響。這些改變並非一套簡單的規則或清楚的標準，而是廣泛、主觀的原則。我想大家都會同意，這將會是極為困難的處境。我們的許多國際會員和他們的銷售顧問每天都還生活在這樣的情境中 — 因為消費者保護合規一年比一年趨於嚴格。

在 2009 年，為了回應 2008 年金融危機的後果，新加坡金融管理局 (Monetary Authority of Singapore, MAS) 宣布全新的消費者保護法，以大幅提升銷售顧問服務品質。這些改變從根本上改變了主管機關與企業經營者之間的關係，將以規則為基礎的法規改變為以價值 / 行為作為原則的架構。

五年後，筆者 — 連同其他企業的執行長 — 被 MAS 召集前去討論我們是如何努力解釋以及執行有意義的文化變革的。當天無疑是筆者職業生涯中最困難的一天，但我知道我們已盡全力採取可靠的措施以符合新的期望。我們對商業模式、價值和銷售行為做了徹底的改變 (所幸此舉讓我的公司成為此一領域的優等生)。

要強調的重點是，在不斷改變的過程中，已深深的植入技能、訓練和發展。因為我們有清晰的能力管理架構、學習管道、個人發展計畫，以及 — 尤其是 — 持續的專業發展，在這些力量的支持下，我們才有可能讓這些重大的運營變革發生實質作用。

令筆者訝異的是，我們的執行力也大都依賴於熟悉的、經由長期考驗而建立的結構化銷售技巧、以客戶需求為基礎的，以及專業化的產品知識。

因此，根本的課題還是必須持續不斷去修補、加強、反覆練習以及檢討改進。組織必須在進步過程中不斷的調整和修正。就法規而言，我們所處的商業環境變化快速。也難怪主管機關因此越來越重視持續性的專業發展。

這樣的過程對所有在 LL Global 的同仁也都不陌生。已開發市場在過去數十年間已經歷過類似的改變。但現在不同的是，即使經濟局勢普遍的不穩定，新興市場仍試圖在很短的時間內提升銷售顧問的服務標準和品質。這些市場同時也面臨來自金融科技、保險科技、史上少見的低利率，以及科技發展急劇加速等各方面的挑戰。

馬克吐溫曾寫道：「沒有所謂的新觀點，人們只不過是將許多舊思想放入一種心理萬花筒中。」筆者在個人職涯中已多次體驗過這樣的真理 — 而現在又是新的一次。LL Global 的品牌理念是品質、高標準，以及支持企業和業務員 — 我們將持續以全新觀點來發揮這優勢。我們將運用我們的「萬花筒」，甚至採取更專注、更靈活的方法來處理所處行業每天面對的問題。

隨著我們的國際會員在各自的歷程上不斷的進步，並且加強對客戶的保護，我們也承諾一起改變和進步。我們將持續對我們的課程形式、授課方式和方法進行有意義和有影響力的改變 — 幫助產業持續成功。筆者有幸能在公司歷史，如此充滿期待的時刻加入 LL Global，筆者有信心我們將同心協力讓這個產業更加強大。🌐