**电话响了：从影响力中心取得引荐**

**Paresh Shah**

我是世界上最糟糕的客户开发者。我认为从熟人那里获得业务相当困难。为了克服我对开发潜在客户的挣扎，我曾经尝试不同的方式：推销电话、发邮件给刚取得贷款的人、参加有关退休的研讨会等。结果一次事件改变了一切。我向一位 CPA 推销业务，他当时正想更换顾问，我的投资知识给他留下了深刻印象，于是他开始将一个账户移交给我。不久后，他将所有业务都交给了我。在审查会面期间，我教给了他其他的规划理念，包括退休金规划、房地产规划和大学教育基金。两年后的某一天，电话响了，他将我引荐给一位需要税前收益的客户，这个案例相当复杂。我与上级合作伙伴一同前往，结果这个案例以 5 万美元保费成交。

在那之前，我一直负责小额个案，这个 5 万美元的个案（我与上级合作伙伴分摊）为我带来了首次百万圆桌资格。我了解到为企业主处理税务策略，可带来大额个案，而如果他们由其 CPA 介绍，案子会进展更快，成交机会也更高。我因此被吸引，并在过去 10 年间一直向这个方向发展。

**谁是影响力中心？而当中又有何挑战？**

影响力中心是指深受客户信赖的人士或专家。客户将会听从其建议，且愿意信任其推荐的人。准客户信任影响力中心，影响力中心信任您，您便可带着业已建立的信任基础开启会面了。这会促进成交的速度及几率。CPA、律师、财产及伤亡保险经纪人、牧师、财富经理均符合影响力中心的资格。对我而言，CPA 是最好的引荐来源。对其他人而言，可能是另一个类别或每个类别均有合适人选。

其中的挑战是，所有影响力中心都想要守护其影响力，若他们推荐的人工作不得力，即会对其判断能力带来负面声誉，这是他们最不希望发生的事。我与一对年轻情侣建立了相当棒的关系。我帮为他们的首套房产节省了一笔资金。购房时，他们要我推荐一位贷款经纪人。但几天后，我收到了一封邮件。“Paresh：您真的帮了我们很多，但我希望您永远不要向其他人介绍 Joe Bloke。他的服务素质与您相差甚远，实际上给我们造成了损失。”幸好，客户没有放弃我，但他们再也没有要我作出其他引荐。对他们而言，我的影响力大跌。我们需要帮助影响力中心克服此恐惧，为我们作出引荐。

与影响力中心建立关系的流程可分为 4 部分，尽管其中有许多重叠之处。

**列出您的名单**

第一步是列出名单。根据您所在国家或地区的规定，您可能将名单分为您能及不能缴付转介绍费的两批人选。选择您想要合作的市场。列出在该领域中，您所认识且能够联络的名单。有时候，您可能未能列出多少个专家的名字，最简单的方法是询问现有客户。花费一分钟列出您想要接触的 4 至 6 个专家的名字。您也可加入 4 至 6 个想要接触的客户名字，然后从那里获取其影响力中心的人选。

**取得首次会面的机会，并开展会面**

当您打出首个电话时，您可能想要将此定位为“我想了解您的业务，然后看看能否持续向您转介绍业务，并且，我希望您也可以了解我的业务。”首次会面应专注于影响力中心，并且您应了解他的业务和理想客户。这会让您深入了解他们从事行业的客户和市场类型，从而帮助您决定是否想要参与到此市场，而如果你希望参与其中，应如何向影响力中心定位您的故事。在此花一分钟，记下您希望影响力中心为您引荐进入的市场。首次会面结束时，表达希望有下一次会面，以向他们讲解您如何帮助像他们这样的客户。

**保持联络**

与影响力中心在社交媒体上联系，转发您认为他们会感兴趣的文章。与 CPA 合作，我会不时组织教育研讨会并邀请他们参与。他们毋须付出成本，便可得到荣誉，而我则可将自己定位为专家。邀请他们打高尔夫球、短程旅游或参加您认为有助建立关系的活动。花一分钟，记下您今日所做的会面后可与影响力中心进一步联系的所有事情。并且列出您认为需要让他们参与的事件清单。

**当电话响起时**

当影响力中心为您引荐时——请确保要感谢他们。与客户会面后，请确保让影响力中心知悉整个过程的最新情况。若客户准许且影响力中心希望这么做，请在向客户提供建议前，先与影响力中心检查一遍。当您在头几次引荐中完成此动作后，影响力中心便会让您自由发挥。即使如此，请仍确保让他们时刻知悉最新消息。

最后，我的浅见是，通过此流程，业务会变得更有趣味、更流畅，并带来更丰厚的经济收益。祝一切顺利！