

群益期貨直效行銷部營業員吳宗鑑

了解客戶抓準服務模式

◆撰文：徐敏馨 ◆攝影：李健豐

在期貨業界，有一些營業員依著對金融市場紮實的專業度贏得客戶的信賴，群益期貨業務部直銷組的吳宗鑑就是一例。八十四年看著報紙應徵，從現貨外匯為起點進入了股票金融業，「那時根本不知道這是不合法的，」這樣的經歷，讓八十七年十一月進入群益期貨的吳宗鑑具備國際市場的實戰經驗。



◆吳宗鑑將自己定位於國際化。

專業的累積要付出多少努力？進入群益三個月後，吳宗鑑請調到晚班當美盤營業員，晚上諾大的辦公室只剩他一人盯美盤，辛苦的除了身體上日夜顛倒的不適，更現實的是客戶無法順利開拓，「實在很難說服才剛接觸期貨的客戶和你一起半夜盯盤，」低潮，在這個時候湧現。

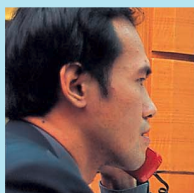
以信念度過低潮

吳宗鑑回頭檢視，當初自己請調美盤營業員的原因，是為了專業的養成，希望未來替客戶提供全方位的資產管理、希望自己和其他營業員有所不同，「如果支持自己做現在工作的原因沒有消失，很快就會從低潮裡面站起來。」吳宗鑑說：「其實就是勿忘初衷。」

一年四個月後，他調回白班，對於國際市場的脈動更能掌握，之前累積的能量開始發散；將自己定位於國際化，掌握投資先機，他建議的投資標的，不局限於台指期貨，他期許自己做得更多。

四年多來，很多客戶和同事對他的評價是「很專業」。「可是這句話有褒有貶啦」吳宗鑑笑著說，褒他的讚許他對全球經濟下的心力，但有時客戶說：「你說得太專業了」，他就會明白自己講得太深，可能超過客戶的理解範

Special Report



關於>>
吳宗鑑

星座：獅子座
最喜歡的一本書：《專業投機原理》
喜歡此書的原因：對期貨工作有很大幫助
人生的座右銘：勿忘初衷
最明顯的人格特質：擇善固執

圍，也可能客戶根本不想去瞭解，只需要你提供現在是不是殺進殺出的時點，吳宗鑑就會修正自己的服務角度，對不同需求的客戶提供不一的資訊。」

幫客戶找出需求缺口

有了專業，如何找客戶呢？吳宗鑑認為好的業務員要有自己蒐集開發客戶的能力，如果沒有盡力開發，很快就會有瓶頸。以自己打陌生電話為例，通常是單刀直入的請問客戶：「您好，我是群益期貨，不知道您這陣子有沒有接觸過期貨的交易或是選擇權投資的規劃？」直接表明希望和客戶有生意上的往來，也希望在最短的時間過濾掉沒有興趣的客戶。「期貨營業員也要有分散風險的觀念，如果沒有每天開發業務，很快就會碰到瓶頸。」也因此，吳宗鑑開把發業務放在第一位。

找到了客戶，在了解客戶的投資方式中發掘客戶的需求。有時候，了解客戶的性格是從觀察小動作而來。一位前輩和吳宗鑑提過，第一次和客戶碰面時，發現這位女客戶帶著修正帶，詳閱合約書，有意見的就直接修掉，「前輩從未見過這麼小心翼翼的客戶，知道客戶是個非常謹慎的人，也就在那次會面裡正襟危坐。」最後，保守的客戶在風險高的期貨投資

開了一千五百萬的戶。「這是人的行業，久了以後，會知道哪位客戶給的訊息是可以完全信任，哪些需要打折扣。」同樣一句：沒關係，我們盡量衝，不同性格的客戶可以忍受的程度絕不相同。

對完全沒有期貨投資經驗的客戶，吳宗鑑一通通電話慢慢教，讓客戶了解

期貨脈動，協助客戶建立自己的交易模式，這時階段性任務就算完成。老客戶則要從過去的交易模式來調整自己的建議方法，對於擺明當日沖銷，量不留倉的客戶，如果還建議客戶要保守一點，這是很明確的周多走勢，要賺大錢一定要波段操作，可能就沒有考慮到客戶的投資性格。

六字頭以後的客戶，大部分有收集投資資訊的能力，他們往往信任自己的資訊來源，自行網路下單，「在這個時候，營業員就要調整自己的時間分配，放多一點時間在聽到營業員聲音才放心的四、五十歲的客戶身上。」

用踏實腳步經營事業

擇善固執的吳宗鑑，對自己有很高的期許，在初入行時上了許多金融課程，但到了後來，學習來自與客戶的互動，「我本來沒有涉獵日本期貨，但有一位客戶熟日本的紅小豆，日本許多節慶要吃紅豆飯，由此知道紅小豆的季節性互動關係。」

除了向外的學習，他還曾經天天寫操作日記，記下每天的盤勢、自己的做法、反省、以及明天的策略；穩紮穩打的紀錄也說明著：在這二十四小時不落產業裡，吳宗鑑用對期貨業無比的熱情，繼續走下去。 □