

UMBERTO A.(BERT) PALO

SỰ KHÍCH LỆ
ĐÁNG GIÁ
NGÀN VÀNG



**Cuốn sách mà tất cả những ai làm nghề
tư vấn bảo hiểm đều phải đọc**



UMBERTO A.(BERT) PALO LÀ AI ?

Là thành viên trọn đời của Hiệp hội MDRT , tổ chức của những tư vấn có doanh thu triệu đôla , Umberto A.(Bert) Palo bắt đầu sự nghiệp của mình với ngành BHNT bằng tư cách một tư vấn viên toàn thời gian vào năm 1954 . Trước đó , Bert Palo là giảng viên môn Toán với thâm niên 20 năm giảng dạy tại trường Đại học Ohio , Hoa Kỳ . Khi được hỏi lý do bỏ nghề giáo viên để đi tư vấn bảo hiểm , Bert trả lời rằng : “ *Trong suốt những năm tháng đứng trên giảng đường đại học , tôi đã chứng kiến cảnh nhiều em sinh viên phải bỏ học giữa chừng vì cha mẹ đau ốm , thương tật mất sớm . Dù trường học có tốt , giáo viên có giỏi nhưng nếu không có tiền thì các em cũng không có thể tiếp tục học được. Chính vì thế , tôi quyết định đi tư vấn bảo hiểm để giúp các em vẫn có tiền đi học ngay cả khi các em không còn cha mẹ*” .

Sự khích lệ đáng giá ngàn vàng

Không chỉ nổi danh là một tư vấn viên tài ba xuất chúng , Bert còn có nhiều đóng góp lớn lao cho nhiều hoạt động và sự kiện chính trị , dân sự , thể thao . Bert được thừa nhận với tư cách một nhà hùng biện tài năng, đặc biệt trong lĩnh vực BHNT.

Nhiều công ty bảo hiểm đã thường xuyên mời Bert đến nói chuyện động viên tinh thần và chia sẻ kỹ năng cho đội ngũ tư vấn tại các diễn đàn và hội thảo .

Về cuộc đời, Bert dành phần lớn thời gian công tác và giúp đỡ nhiều công ty bảo hiểm nhân thọ cho đến khi ông ra đi mãi mãi vào năm 1977.

Sự khích lệ đáng giá ngàn vàng muốn gửi đến các bạn những chia sẻ chân thành , đời thực nhất, tâm huyết nhất của Bert về sự tuyệt diệu của BHNT.

Sức Mạnh trong Niềm Tin của Tôi

Trước tiên, hãy cho phép tôi nói một chút về bản thân mình cũng như những điều mà tôi tin tưởng. Tôi nhìn nhận công việc tư vấn bảo hiểm nhân thọ như thế nào? Điều gì khiến tôi gắn bó với nghề này? Đó là nếu các bạn hiểu được cái gì đang diễn ra trong tôi – liên quan đến công việc bảo hiểm – thì các bạn sẽ hiểu hơn cách tôi tiếp cận các khách hàng tiềm năng – tôi ít khi nào chấp nhận câu trả lời “không” từ phía khách hàng.

Công việc vĩ đại nhất

Không có gì có thể thay thế cho bảo hiểm nhân thọ, tôi tin là như thế. Tôi cho rằng bảo hiểm nhân thọ là một công cụ tài chính lớn nhất đã từng được biết đến. Là những người tư vấn bảo hiểm, chúng ta có một công việc vĩ đại, chúng ta đang cung cấp những sản phẩm tuyệt hảo nhất. Cùng lúc, chúng ta cũng đang làm công việc khó khăn nhất. Chúng ta bán những sản phẩm vô hình. Chúng ta đòi người mua trả hàng trăm có khi đến hàng ngàn USD chỉ để đổi lấy một mảnh giấy. Để bán được sản phẩm, chúng ta phải thổi vào mảnh giấy đó hơi thở của cuộc sống. Phải làm cho mảnh giấy đó sống, làm cho nó thở. Và điều đó không dễ dàng chút nào.

Chúng ta phải bán tương lai chứ không phải hiện tại. Chúng ta bán sự bằng an, lòng thanh thản. Chúng ta cho họ tình yêu gia đình, lòng tự hào vì được sở hữu một cái gì đó. Chúng ta bán một hy vọng, một ước mơ, một lời nguyện cầu. Ai cũng cần bảo hiểm nhân thọ, nhưng họ chưa nhận ra điều đó mà thôi. Công việc của chúng ta là

biến nhu cầu thành mong muốn. Chúng ta không thể làm được điều đó nếu chúng ta bán bằng lý trí, bán qua khối óc. Chúng ta chỉ có thể làm được điều đó khi chúng ta bán qua trái tim.

Cạnh tranh lớn nhất của chúng ta ngày nay là những người bán những sản phẩm hữu hình, họ chính là những người lấy đi của dân chúng những khoản tiền đáng ra được sử dụng để mua bảo hiểm. Chỉ bằng cách bán qua trái tim chúng ta mới lấy lại được một phần chia cần thiết dành cho bảo hiểm nhân thọ, cái sẽ phục vụ nhân loại ở các thế hệ sau.

Động lực thúc đẩy tôi

Mãnh lực nào đẩy tôi về phía trước trong công việc của mình? Tôi cảm thấy mình có một trọng trách để thực hiện. Tôi phải gặp gỡ rất nhiều người, và không có nhiều thời gian còn lại. Tôi tin rằng không có điều gì có thể thay thế bảo hiểm nhân thọ. Đây là lý do vì sao bảo hiểm nhân thọ trở thành một thứ ám ảnh trong tôi. Đó là lý do vì sao

nó trở thành một thứ tôn giáo, một cuộc thập tự chinh. Đó là lý do vì sao tôi đề nghị tất cả những ai tôi đã từng gặp phải mua bảo hiểm nhân thọ. Đó là lý do vì sao tôi cảm ơn Chúa đã cho tôi cơ hội để trở thành một người tư vấn bảo hiểm.

Với tôi, chương trình bảo vệ gia đình của tôi đã hoàn thành. Tôi đã chăm chỉ làm việc để sở hữu rất nhiều hợp đồng bảo hiểm nhân thọ. Tôi biết rằng khi thời gian của mình đã hết, con trai tôi có thể không còn cha của nó nữa nhưng nó sẽ có thu nhập, sự an toàn mà cha nó để lại. Bảo hiểm của tôi có thể không thay thế được tôi nhưng nó sẽ mang đến sự an toàn cho tương lai con trai tôi và nhà tôi. Cha mẹ tôi những người đã vì tôi mà làm biết bao điều, nay đã già cả. Họ đã hy sinh cho tôi. Một cảm giác thật thanh thản biết bao nếu tôi biết rằng cha mẹ tôi sẽ sống một tuổi già sung túc, rằng họ sẽ không phải mong mỏi gì nữa, vì bảo hiểm nhân thọ đã đảm nhận hết rồi. Tôi kỳ diệu mang ơn bảo hiểm nhân thọ.

Con trai tôi không muốn tôi phải đi gặp gỡ khách hàng vào buổi tối. Mỗi đêm khi tôi rời khỏi nhà con trai

tôi bảo “Bố ơi, chào Bố nhé, chúc may mắn và trở về nhà”. Trở về nhà! Tôi đâu phải là ông bố ngốc nghếch đâu. Tôi biết rằng rất có thể một ngày nào đó tôi sẽ không thể quay trở về, nhưng tôi có cảm giác thật mãn nguyện khi biết rằng ngay cả khi tôi không trở lại, sự kỳ diệu của bảo hiểm nhân thọ sẽ săn sóc con trai tôi.

Và lời nguyện cầu của tôi

Mỗi đêm, trong lời nguyện cầu, tôi thầm cảm ơn Chúa đã chỉ cho tôi con đường đến với nghề bảo hiểm nhân thọ. Tôi cảm ơn Người đã cho tôi sự bằng an, cảm ơn Người đã cho tôi thành công. Tôi cầu nguyện cho những ngày sắp tới trong cuộc đời để tôi có thể giúp cho nhiều gia đình khác có một tương lai bảo đảm, giúp bảo vệ những cháu bé hàng xóm hay những cậu bé dưới đường kia. Tôi cầu nguyện Chúa để Người tiếp tục hướng dẫn và giúp đỡ tôi. Tôi xin Người cho tôi thêm nhiều thời gian để hoàn tất cuộc thập tự chinh BHNT của mình. Một cảm giác mãn nguyện biết bao khi tôi ngả đầu trên gối hàng đêm. Tôi mơ ngủ và biết rằng tôi đã bảo vệ được

những gia đình khác – tôi đã thiết lập được sự bằng an cho nhiều trẻ em. Tôi nghĩ về người mẹ trẻ có bốn con nhỏ, người mà sau khi tôi bán bảo hiểm nhân thọ cho chồng của bà, đã nói với tôi rằng: “Cảm ơn Palo. Ông đã xóa sạch được nỗi lo sợ ám ảnh tôi. Lần đầu tiên sau bao năm, đêm nay tôi được an giấc.”

- Đêm nay tôi sẽ được an giấc!

- Phải chăng đó là điều kỳ diệu mà tôi hằng tin tưởng?

Thành công chỉ đến với ai miệt mài tìm kiếm nó

Để thành công trong ngành kinh doanh này, các bạn phải tin tưởng vào luật trung bình. Các bạn phải có đủ lòng kiên định để tiếp tục đi từ khách hàng tiềm năng này đến khách hàng tiềm năng khác. Các bạn phải tin rằng sau nhiều cái “không được” thì sẽ phải đến câu trả lời “được”. Đừng sợ bị từ chối. Tôi bán rất nhiều bảo hiểm nhưng tôi đã phải hỏi rất nhiều người mua bảo hiểm. Tôi không tin rằng có ai đó lại bị từ chối nhiều hơn tôi. Tuy nhiên, tôi vẫn tiếp tục chào người ta mua bảo hiểm, vì tôi biết rằng luật trung bình luôn được áp dụng.

Nếu bạn là loại người mà vào những đêm mưa gió thích ngồi ở nhà xem ti vi thay vì đi tìm khách hàng, bạn sẽ thất bại. Thật là dễ chịu khi ngồi bên lò sưởi những đêm giá lạnh, nhưng hãy tin tôi đi, các bạn không thể bán bảo hiểm ở những nơi như thế. Bạn phải có đủ dũng cảm đi ra ngoài, đối mặt với vận đen, với tiếng “không được” và tiếp tục gõ cửa. Một trong những cánh cửa đó sẽ mở ra đón bạn.

Hãy tin vào điều đó. Tin vào luật trung bình. Không có gì thay thế được sự cần mẫn chăm chỉ trong công việc kinh doanh của chúng ta. Không có sự thay thế cho việc đến gặp và nói chuyện với mọi người. Bán hàng thành công chỉ đến với ai tìm kiếm nó.

Trung thực với khách hàng

Trung thực với khách hàng của mình. Không cần phải nói “Khi Chúa mang ông bà về với Người”. Khi nói về cái chết hãy nói khi ông bà qua đời, đừng nói nếu ông bà qua đời. Ai cũng biết rằng mình sẽ phải chết - chỉ là vấn đề khi nào. Bạn có mặt ở đó để bảo vệ khách hàng trong trường hợp cái chết xảy ra không đúng lúc.

Nhắc nhở để khách hàng biết rằng chúng ta ở đây để giúp đỡ họ. Nhắc họ rằng đây là một cuộc bán hàng, dù thành hay bất thành sẽ không ảnh hưởng gì đến thu nhập của bạn, nhưng nếu cuộc bán hàng này không được thực hiện, nó có thể làm tiêu tan sự an toàn tương lai của khách hàng và gia đình của họ. Cuộc bán hàng này có ý nghĩa với khách hàng nhiều hơn là với bạn. Hãy đến với quan điểm đó, và khách hàng sẽ hiểu bạn thực sự có mặt ở đó để giúp đỡ họ.

Tôi nói thay cho con trẻ

Khi tôi gặp các gia đình có con nhỏ, tôi tiếp cận họ với niềm tin rằng những đứa trẻ của họ chính là con của tôi. Tôi muốn các bậc phụ huynh làm một điều gì đó cho con em của họ cũng như tôi đã làm cho con tôi vậy. Tôi nói với họ rằng “Tôi nói thay tiếng nói của con trẻ”. Bởi vì tôi cho rằng bảo hiểm nhân thọ được sinh ra để bảo vệ cho những người goá phụ và những trẻ em mồ côi, tôi không thể và không cho phép bản thân bị thất bại khi giới thiệu loại bảo hiểm này. Khi sự an toàn cho tương lai của trẻ bị đe dọa, tôi không chấp nhận câu trả lời “Không”.

Có người nói rằng tôi đã từng khóc trong những buổi thuyết trình liên quan đến một gia đình có trẻ nhỏ. Có thể là như vậy. Cái điều quan trọng nhất đối với tôi là phải bán được bảo hiểm, để bảo vệ được nhiều trẻ em hơn.

Đừng để bị xem thường

Tôi cá với bạn rằng, cuộc đời tư vấn của bạn chắc chắn đã hoặc sẽ bị người thân, bạn bè xem thường khi bạn tư vấn BHNT cho họ.

Tôi còn nhớ cái lần tôi đến gặp một người bạn cùng học trước đây để tư vấn bảo hiểm. Tôi đã lường trước ngay từ đầu là trường hợp này không hề dễ dàng, Và cũng xác định rõ tinh thần là sẽ ăn mắng.

- Bert , cậu cần tiền lắm sao mà phải đi bán bảo hiểm ? Cậu sẽ có gì từ hợp đồng của tôi –
Bạn tôi đánh luôn đòn phủ đầu.

- Đúng , tôi cần tiền và cậu cũng rất cần tiền.

Nhưng đừng nghĩ rằng tôi đến đây là để kiểm soát của cậu. Cậu xem đây, đồng hồ tôi đeo đắt tiền hơn của cậu, quần áo tôi mặc cũng không rẻ hơn, nước hoa tôi dùng là loại cao cấp còn của cậu là bình dân thôi. Và khi này, tôi đỗ xe trước cửa, tôi nhìn thấy xe của cậu rồi. Nó cũ hơn xe của tôi gần 10 năm, Tôi đến để giúp cậu có tiền

trong mọi hoàn cảnh khó khăn chứ không phải là kiếm tiền từ cậu.

Loại bỏ chữ “Nếu” ra khỏi cuộc sống

Sau khi bạn đã đưa ra đề xuất và số tiền phí bảo hiểm, cứ để cho khách hàng đề nghị mức phí thấp hơn. Xét cho cùng, đó là chương trình tiết kiệm của họ chứ không phải của bạn.

Hãy nói với khách hàng một cách chân thành rằng để hoàn tất mục tiêu của họ, để cung cấp thu nhập cho gia đình và giáo dục cho con cái, họ cần phải tiết kiệm 15USD một tuần. Hãy cho khách hàng biết mục đích của bảo hiểm nhân thọ có 2 mặt: bảo vệ tài chính khi có rủi ro và tích lũy tiết kiệm. Họ phải đối diện với 2 vấn đề trong cuộc sống, một là họ sống thọ, hai là họ chết sớm. Và chỉ có bảo hiểm nhân thọ mới cùng một lúc giải quyết 2 vấn đề này. Bảo hiểm nhân thọ loại bỏ chữ “Nếu” ra khỏi cuộc sống.



Chúng ta phải có *Sự Từ Chối*

Nếu không có sự từ chối của khách hàng trong việc mua bảo hiểm thì chúng ta không cần tới các đại lý bảo hiểm. Chúng ta có thể đưa hợp đồng bảo hiểm vào các máy phát tự động đặt tại sân ga và người ta có thể mua nó bằng cách nhét vài đồng xu vào máy.

“Tôi không đủ khả năng tài chính để mua”

Có lẽ đây là câu từ chối phổ biến nhất. Tôi chỉ đơn giản nhắc khách hàng rằng họ cũng không đủ khả năng chống lại cái chết, chúng ta ai rồi cũng phải chết. Giới hạn của cuộc sống thì khó, giới hạn của bảo vệ nhân thọ lại rất dễ. Họ có thể trả cho hợp đồng nhân thọ theo cách có thể rất dễ dàng lúc này hay gia đình họ phải trả giá cho bảo hiểm nhân thọ theo cách khó khăn sau này. Ai cũng phải chọn cả.

Nhiều khách hàng nói rằng bảo hiểm nhân thọ làm họ tốn kém nhiều quá. Thật ra không phải bảo hiểm nhân thọ quá tốn kém mà những gì họ mong muốn đạt được trong cuộc sống đương nhiên phải tốn kém. Một số người nói với tôi: “Làm sao tôi mua được? Tôi kiếm được 200 USD một tuần và tôi có thể cho anh xem giấy tờ về các khoản chi phí của tôi gồm tiền thuê nhà, thực phẩm, quần áo đã hết bay 200 USD rồi còn gì. Không còn tiền mà mua bảo hiểm nhân thọ nữa”. Câu trả lời của tôi rằng: “Thưa ông, hãy giả dụ rằng ngày mai đi làm sếp của ông nói rằng tình hình kinh doanh dạo này rất tệ và lương của ông sẽ bị giảm xuống chỉ còn 190 USD/1 tuần thôi. Liệu ông có tiếp tục sống với 10USD cắt giảm chi tiêu không? Đương nhiên là có, ông vẫn tiếp tục sống đàng hoàng như bây giờ, không khác là bao. Đó là tất cả những gì mà tôi đề nghị ông làm. Hãy bớt ra 10USD một tuần để trả cho ông và bảo vệ gia đình của ông”.

“Để tôi nói chuyện với nhà tôi”

Với ý kiến như thế, tôi thường hỏi “Anh ạ, tôi nghĩ việc hỏi ý kiến bà nhà là đúng đây, nhưng khi hỏi bà nhà làm ơn hỏi luôn ý kiến mấy đứa trẻ được không? Anh biết đó, chúng là một phần rất quan trọng của chương trình bảo hiểm này.” Nếu có một tình yêu thương gia đình thật sự ở đó, bạn sẽ chốt ngay được hợp đồng.

“Cưng ơi, em thấy thế nào? Anh có nên mua không?”

Tôi quay sang người vợ mỉm cười và nói: “Chị ạ, đừng trả lời anh làm gì. Chỉ có hai câu chị có thể trả lời anh mà thôi. Nếu chị nói “đồng ý” và ông xã chị mua, một ngày nào đó hai anh chị có thể cãi vã nhau, anh có thể bị ốm và chị có thể quên không mang thuốc đến đúng giờ cho anh, trong cơn giận anh có thể quay lại phía chị và nói “Em quan tâm đến cái gì nếu anh chết? Hồi đó em bắt anh mua bảo hiểm mà.” Ngược lại, nếu chị nói “không mua”, rồi khi anh qua đời chị sẽ phải trả

lời mấy đứa trẻ vì sao ba nó không chu cấp cho tương lai của chúng. Vì thế, chị thấy đó, dù chị có trả lời thế nào đi nữa, chị cũng lâm vào hoàn cảnh khó xử thôi. Quyết định thuộc về anh, hãy để anh tự quyết định. Đó là trách nhiệm của anh ngay cả sau khi anh đã qua đời.”

“Tôi mua BHNT để làm cho vợ tôi giàu sao?”

Rồi có một số người mỉa mai hỏi bạn: “Tại sao tôi phải mua bảo hiểm? Để biến vợ tôi thành bà góa giàu có rồi lấy một ông chồng khác và gã này xài tiền của tôi hả?” – “Nếu anh không mua bảo hiểm nhân thọ anh đang buộc vợ mình phải tái giá. Một góa phụ giàu có không nhất thiết phải tái giá, nhưng một góa phụ có thu nhập quá khiêm tốn sẽ không có lựa chọn nào khác. Bà ta phải tái giá và người chồng mới sẽ trở thành cha mới của con anh, phải thay anh chăm sóc vợ và các con anh, việc họ được chăm sóc chu đáo đến đâu thì có trời mới biết!”

“Để tôi suy nghĩ cái đã”

Tôi mỉm cười và nói “Xin cứ việc nghĩ, tôi sẽ ngồi chờ cho đến khi ông nghĩ xong. Tôi phải có mặt ở đây để trả lời các câu hỏi của ông, nếu tôi bỏ đi, thì ông sẽ không suy nghĩ lại về câu chuyện này cho đến khi tôi quay lại”.

“Gặp lại tôi sau nhé”

Tôi hỏi họ “Ông bà thích đề xuất mà tôi soạn thảo cho ông bà không?”. Giả sử là đồng ý, tôi nói tiếp “Vâng, nếu ông bà thích chương trình này thì bây giờ là trách nhiệm của tôi hoàn tất các hồ sơ yêu cầu bảo hiểm và làm cho các hợp đồng có hiệu lực. Hãy nói với tôi là ông bà không hài lòng với chương trình này, tôi sẽ về nhà ngay. Nếu ông bà thích thì tôi phải quay lại đây cho đến khi ông bà ký vào đơn mua bảo hiểm nhân thọ”.

“Đầu tư tiền vào chỗ khác thích hơn”

Dù cho họ có làm ra thật nhiều tiền để gửi ngân hàng, điều đó không quan trọng. Bằng cách trả phí bảo hiểm, sự an toàn cho gia đình và cho bản thân được bảo đảm. Việc mua bảo hiểm và gửi tiền trong ngân hàng là khác biệt hoàn toàn. Trong bảo hiểm, chúng ta tạo ra tài sản ngay tức thì sau đó, tiết kiệm từ từ cho tài sản đó. Trong khi gửi tiết kiệm ngân hàng, chúng ta phải tiết kiệm trước và hy vọng rằng chúng ta sẽ sống đủ lâu để mà tạo ra tài sản.

“BHNT khác gì trò chơi cá cược”

Một khách hàng trẻ tuổi nói “Tôi còn quá trẻ làm sao chết được. Tôi đã xem qua bảng tỷ lệ tử vong rồi, trong 1000 người ở tuổi tôi chỉ có 3 người chết trong năm nay” – “Đúng vậy, xác suất xảy ra tử vong năm nay của anh là $3/1000$. Đúng đấy.

Nhưng tôi thử hỏi anh cái này, giả sử người ta đem anh và 999 người nữa bằng tuổi anh xếp hàng quay mặt vào tường và đưa mỗi người một khẩu

súng. Tất cả các anh bị ra lệnh phải dí súng vào thái dương và trước khi bóp cò người ta báo cho các anh biết chỉ có 3 khẩu nạp đạn. Nếu trước lúc anh bóp cò tôi đến và mời anh mua bảo hiểm nhân thọ anh có mua không?”

“Tôi có quá nhiều hợp đồng bảo hiểm phải đóng rồi.”

“Tôi đồng ý với anh chị. Anh chị đang trả rất nhiều loại bảo hiểm khác nhau, nhưng hãy nói cho tôi nghe nếu anh chị có một con ngỗng đẻ trứng vàng, anh chị sẽ bảo hiểm con ngỗng hay bảo hiểm các quả trứng vàng?”. Câu trả lời thường là “Con ngỗng”. Thế thì tôi nhắc họ “Anh chị đã bảo hiểm mọi thứ. Anh đã bảo hiểm các quả trứng vàng – đó là nhà, là xe, nhưng anh chị quên bảo hiểm con ngỗng - tức là anh chị - người làm ra tiền để sinh ra các quả trứng”.

“Đợi tôi sang tuổi mới đã”

Một khách hàng là Bác sĩ đã nói với tôi “Palo này, sinh nhật vừa mới qua rồi, vậy tôi còn 6 tháng nữa mới sang tuổi mới, vì vậy 6 tháng nữa tôi sẽ ra quyết định.” – “À vâng, thưa ông, nhưng tuổi càng cao, độ rủi ro càng lớn và phí bảo hiểm càng cao”. Lúc đó cũng khá khuya rồi và ông ta vừa nhận được một cú điện thoại phải thăm một bệnh nhân. Tôi nhìn ông và nói “Bác sĩ, ông nói là ông có 6 tháng, tôi lại nói rằng ông không có nổi 6 phút nữa kia. Ông rời khỏi nhà lúc này vì cú điện thoại đêm nay, có thể là đêm cuối cùng không biết chừng. Và ông, bác sĩ ạ, hơn ai hết, ông phải biết quý trọng những thời khắc này.”

Tại sao tôi hoàn toàn bị thuyết phục bởi sự mạng quan trọng của Bảo hiểm Nhân thọ?

Có lẽ bởi vì nó đã xảy ra với tôi một lần như thế này. Một người bạn của tôi không may qua đời, một người bạn mà tôi chưa một lần đề nghị mua bảo hiểm nhân thọ. Khoảng một tuần sau đám tang của anh ấy, tôi gọi điện cho chị nhà. Tôi hỏi:

“Mary, Palo đây mà. Chị có cần tôi giúp gì không?”. Mary làm tôi quặn đau khi chị ấy đáp:

“Bert, quá muộn rồi, phải chi hồi đó anh tận dụng cơ hội bán bảo hiểm của mình.

Hoặc có thể bởi một sự kiện khác. Tôi ngồi trong đám tang đưa tiễn một khách hàng của mình. Tôi ngồi cạnh người góa phụ và cố gắng an ủi chị. Mọi người thay phiên nhau đến nắm chặt tay chị tỏ sự cảm thông và chia sẻ. Ai cũng có một câu giống nhau: “Chị có cần tôi giúp gì không? Nếu cần thì cho tôi biết nhé!”. Sau khoảng một giờ, tôi nhận ra rằng trong tất cả những người đã đến và mong

muốn giúp đỡ, chỉ có tôi là người thực sự có thể đem lại cho người góa phụ sự giúp đỡ cần thiết nhất. Tôi đã bán cho người chồng quá cố của chị một hợp đồng bảo hiểm nhân thọ, và tám ngàn phiếu mà tôi sắp mang đến cho chị trong một vài ngày tới mới là sự giúp đỡ mà chị thực sự mong đợi. Mặc dù chuyện xảy ra thật buồn nhưng tôi cũng cảm thấy một chút tự hào vì vai trò mà mình có thể giúp đỡ trong những lúc gia cảnh nhà người khác lâm vào tình trạng bi đát nhất.

Và cũng bởi kỷ niệm buồn của tôi. Tôi đã thất bại trong việc thuyết phục người bạn thân của tôi mua bảo hiểm. Ngày anh hấp hối, Betty vợ anh có hỏi tôi: “Bert, tôi định hỏi anh câu này. John có mua cái bảo hiểm mà anh tư vấn cho anh ấy không?” – Tôi đáp: “Rất tiếc, Betty ạ. John không mua”, và rồi câu hỏi kế tiếp của Betty “Bây giờ anh ấy mua có được không?” - Thật buồn cười phải không? - và cũng thật là cười ra nước mắt. Sau đám tang, tất cả bạn bè chúng tôi ngồi quây

quần lại với nhau ở nhà người chị của John và kể về sự ra đi của anh. Cánh cửa trước bỗng mở và ba đứa con của John chạy ùa vào. Hai đứa lớn, không hiểu chuyện gì đang diễn ra, thì chạy nhảy và cười đùa. Đứa thứ ba thì còn đang ẵm ngửa, cháu chưa biết đi vì còn quá bé.

Chuyện là như vậy, và rồi thì tôi không thể chịu nổi cảnh ấy nữa. Tôi bỏ tách cà phê xuống, lao ra khỏi căn nhà đó. Tôi nhảy lên xe và phóng hết tốc lực về nhà để ôm chặt đứa con trai nhỏ của tôi vào lòng.

Tôi đã thất bại. Đáng ra tôi có thể làm được rất nhiều cho gia đình John. Tôi có thể đảm bảo cho 3 đứa trẻ được học Đại học. Tôi đã có thể đảm bảo cho người góa phụ chẳng bao giờ lâm vào cảnh túng thiếu, rằng mấy đứa bé luôn luôn có đầy đủ giày, áo quần, thực phẩm và các nhu yếu phẩm khác cho cuộc sống. Tôi đã thất bại!

Vài tháng sau đó. Một đêm khuya khi tôi trở về nhà sau một buổi gặp gỡ với khách hàng, tôi có lái xe ngang qua chỗ làm cũ của John. Lúc đó khoảng gần nửa đêm, và tôi trông thấy vợ của John.

Phải, người ta giúp cho chị ấy một công việc ở nơi làm cũ của chồng, một đại lý bán xe hơi. Tôi nhìn thấy chị thấp thoáng qua cửa kính xe hơi khi đi ngang qua. Các bạn có biết không, giữa những chiếc xe hơi, chị ấy đang quỳ xuống để cọ sàn nhà.

Đó là những câu chuyện thực tế. những trải nghiệm khắc sâu vào tâm trí tôi. Không bao giờ phai nhạt khiến tôi đã hoàn toàn ***bị thuyết phục*** bởi bảo hiểm nhân thọ.

UMBERTO A.(BERT) PALO

“Chưa ai phá sản vì mua BHNT, nhưng đã có rất nhiều người phá sản vì không có BHNT”.

