

成功の鍵は気づき・実践・継続にあり!

保険営業で成功するためには、3つのことが大切だと私は考えています。まず1つは「気づき」。

検討中の人なら売りやすい? 待っているのはとてつもない競争...

■保険に興味がない顧客 顧客をターゲットとする を集めよう!

SHARP VIEWPOINTS シャープな視点 アイブライト株式会社 内田 拓男 一 8 一

筆者プロフィール 立教大学卒。保険会社を経て26歳の時代代理店として独立。



ば結果は永遠に出ないのです。最後の3つ目は「継続する」です。

顧客を集めても意味がない! 「興味がない顧客を集めても意味がない」と思っています。

「企業がこれから必要とするのはどんな人材だと思いますか?」

「英語は絶対必要!」 「英語は絶対必要!」 「英語は絶対必要!」

「〇〇保険を検討したい」「××保険に加入したい」

商品を説明しようとする売れない

突然ハウツーを勧められて申し込みますか?

「お客様に対してのプレゼンテーション。あなたはこのプレゼンテーションはどのようなのですか?」

旅行を売る場合、旅行の内容を説明し、自分が最高の旅行を提供できることを信じているように泊7日のハウツーを、お客様に説明します。

毎週ニュースレターを渡すだけ

■1年半、絶対売らない別なノウハウを持っていくと考えたからです。

特別なノウハウがなくても保険は売れる

「売らないで、一体どうするのか?」 「売らないで、一体どうするのか?」 「売らないで、一体どうするのか?」

「1年半のニュースレターによって、お客様が「Yes」、つまり契約の意思を表示した後の確認です。」

「残念ながらボスティングは一度きりというケースがほとんどです。もしも同じ外務員の方が1年半とは言わないまでも連続2か月ボスティングしたらさすがに気になりますか?」