

保険が売れる人と売れない人の差は紙一重

先日行われたある女子ゴルフトーナメントでの予選通過ラインは11でした。つまり12以下の選手は予選落ちでまいったく賞金ももらえません。2日間36ホールゴルフをして0円なのですよ。ちなみにこの時、トップの選手のスコアは17。トップと予選落ちとの選手の差は9打差ということになる。あなたは(この)9打差をどのように感じますか? 9打差と聞くと確かに大きいと感じるかもしれません。素人がやるゴルフなら、つまり人と下手な人は1ホールで1打差というのは当たり前です。1ホールで1打差というのは当たり前です。

お客様が「実感」するまで待つ大切さ

わかりやすい例やビジュアルで訴求

「契約は「実感」に比例する」というのは、よく聞かれます。でも、もしもあなたが「実感」を伝える立場でこの危機的状況を「実感」しやすいためにどうすればいいのでしょうか? 「今の日本の状況は年々悪化している」といって、ある番組のキャスターがこうのように語っていたのですが、この表現は非常に「実感」しやすいためにいいのでしょうか? 「今の日本の状況は年々悪化している」といって、ある番組のキャスターがこうのように語っていたのですが、この表現は非常に「実感」しやすいためにいいのでしょうか?

「一目から保障されるタイプがお勧めです」と言っている設計書を広げた場合、そこにはお客様の「実感」はありません。一方、同じ事柄を伝える場合でもここ数年の入院日数の平均が示されたグラフをお客様の前に提示し反応をどうでしょうか? 「最近の入院は以前より短くなったね」「日帰りの入院も多くなったね」こんな反応がお客様から出てくるといいですね。

簡単に有効面談数を増やす方法

行動を記録すれば改善点が把握できる!

「行動を記録すれば改善点が把握できる!」という方法が、簡単に有効面談数を増やす方法です。この方法を世に広めた岡田斗司夫さんは短期間でナンタ約50kgのダイエットに成功し、その方法を記した著書「いつまでもデブと思うなよ」はベストセラーになりました。

既契約の基準とした提案は正しい?

これならきつと満足してくれろという勘違い

「既契約を無視すれば成り得る」といって、お客様が目の前にいる生命保険に加入している月払1万5000円の生命保険に加入しているお客様が目の前にいます。あなたはいくらのお客が目の前にいますか? もちろんお客様が目の前にいます。あなたはいくらのお客が目の前にいますか? もちろんお客様が目の前にいます。

少しの発想転換で大きな成果
SHARP
 シャープな視点
VIEWPOINTS
 アイブライト有限公司 内田 拓男 10

§ 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。その後時代に先駆けて代理店のM&Aを行う傍ら出版マーケティング会社などの新規事業にも関わり合計5社の起業・経営を経験。平成17年保険営業パーソナル向けノウハウCDの販売やコンサルティングを行うアイブライト(株)を設立。
 ★無料音声セミナープレゼント中
 「保険営業で勝つための差別化戦略(58分)」
 →http://www.kokyaku-follow.com/
 [ブログ] http://hoken21.blog70.fc2.com/



「一目から保障されるタイプがお勧めです」と言っている設計書を広げた場合、そこにはお客様の「実感」はありません。一方、同じ事柄を伝える場合でもここ数年の入院日数の平均が示されたグラフをお客様の前に提示し反応をどうでしょうか? 「最近の入院は以前より短くなったね」「日帰りの入院も多くなったね」こんな反応がお客様から出てくるといいですね。

「行動を記録すれば改善点が把握できる!」という方法が、簡単に有効面談数を増やす方法です。この方法を世に広めた岡田斗司夫さんは短期間でナンタ約50kgのダイエットに成功し、その方法を記した著書「いつまでもデブと思うなよ」はベストセラーになりました。

小さな積み重ねがやがて大きな成果に

常識・慣習ではこの有効面談数を増やすためには「とにかくがんばる」「気がつくまで行動を改善する」「長い時間働く」という言葉が自然にできる。あなたが自然にできるような行動を改善する。あなたが自然にできるような行動を改善する。あなたが自然にできるような行動を改善する。