

過去や未来を気にせず、今に集中して現状を打開する

■宮里選手の復活の理由

アメリカで活躍するプロゴルファー宮里選手はスランプ時、過去の失敗を思い出しまた失敗したとつらそうに……。またつらいかなつらかなつらくな……。こんな事ばかりを考えると……。過去の失敗体験を悔やみ未来を恐れる。こんな悪い心理状態から抜け出すきっかけになったのが彼女のパートナーでもある、2人のメンタルコーチです。彼女は「コーチの助言から過去の未来ばかりを気にするのはなく、現在・今に集中することを選び、復活したのです。メジャーリーグのイチロー選手は2000本安打を打った時記者の「次の目標は何ですか?」という質問に「次のヒット2001本目を打つこと」と答えてました。まさにこれも遠い目標や過去の栄光に

「売り込み」は通用しない時代

黙るというクロージングの効用

沈黙のクロージングで契約は激増する! 過去に私がインタビューしたあるトップセールスパークソンから教えてもらったノウハウをお伝えします。「〇〇の保険はい

目を向けず、「今」に集中しているというところではないでしょうか。ゴルフのスイングを練習することや野球で難しい球をヒットにする技術を習得する。確かにプロとして重要なことです。しかしそれと同じくらいメンタル・心理をコントロールする方が大切だと思います。これはスポーツだけでなく我々の人生やビジネスそして保険営業でも同じです。必要以上に未来のことを心配したり、過去の失敗を悔やむ保険営業パーソンは少なくありません。将来の予測や自分の行動や結果を反省することももちろん必要ではありませんが、

宮里選手やイチロー選手と同じように「今」に集中することを考えてみてはどうでしょうか。今「今」に集中するための保険営業ノウハウをご紹介します。

「AプランとBプランどちらがよろしいですか?」沈黙。お客様の答えが出るまでひたすら沈黙を続けるのです。結果としてほとんどのお客様はBプランを選ぶと言います。

「たったこれだけのことで、売り込まれたのではなく自分で選んだお客様の満足度は高く、紹介も増えると言います。いかがでしょうか?」

商品力や保険料だけがお客様の判断基準でないことに気づいて欲しいのです。クロージングの仕事方……もと言ってしまう。

では、黙るというクロージングの効用は、どのようにして実現できるのでしょうか。その一つの方法は「黙る」ことです。沈黙することで状況は変わります。もちろん最初から何もしゃべらないわけではなく、「黙る」タイミングがあります。

例えばAプラン・月々1万5000円の保険料で60歳の解約返戻金103%、Bプラン・月々2万5000円の保険料で60歳の解約返戻金129%の2つの提案があったとします。

成績が上がらない保険営業パーソンは「1万円高くなりますがBプランは返戻率が高くなりますからBプランが絶対お勧めです」とお客様を説

巨大で伸びる市場もある 資産運用についてお客様を教育

伸びる市場を選ぶのではないで済むか。規模が大きければ伸びる市場で勝負する。これが鉄則なはずですが、

「日本人の資産は1500兆円と言われ、この10年で1.5倍に。しかし少子高齢化でこれらのマーケットが縮小するのは日本では明らかです。それでもあなたはこのマーケットに注目し、資産運用を切り口に保険を販売すること」

実はあなたのすぐ目の前には「万が一」のマーケットとは比べ物にならないくらい巨大な市場が存在する。他と大きく違う点は単なる比較販売ではないこと。多くの日本人は自分のお金を郵便局や銀行に預けています。これらのお金を保険に預けるという考えが、

「保険に入る人がいなくなってしまうのでは?」という声が聞こえてきそうですが、だからこそ公表する価値があるわけですから、自分にとって不利なことでも多く伝えていくべきです。

生命保険なら保障額の決め方はこのホームページにも載っていますが、契約者貸付や保険料支払免除に関するページもスペースをとっているページを私は見たことがありません。

さや安全性の話に終始してしまうケースが少なくありません。一方彼のやり方はまったく違います。全体が理解できれば、お客様が正しい判断ができて黙っていてもお客様はハイブリット車がいいというところになると予想できなくともいいですか?」

ハイブリット車や比較ではなく「売ってみたい車」を売りたいという思いが、ハイブリット車を売りたいという思いが、ハイブリット車を売りたいという思いが、

ハイブリット車を売りたいという思いが、ハイブリット車を売りたいという思いが、

HPは「情報の出し方」が勝負を分ける

HPは「情報の出し方」が勝負を分ける。目的を絞って他社にないほど詳しく説明

ホームページにはこんな情報を載せろ!

ホームページを持っていない保険代理店、保険営業パーソンは少なくありません。ただしそれをうまく活用し切れていない人はかなり少ないのが現実です。なぜうまくいかなかったのか? 日本だけにこだわらず、日本だけにこだわらないという方は少ないはずですが、

多くのの方は中国またはインドなど、規模が巨大でこれから需要が大きくなる市場を選ぶのではないで済むか。規模が大きければ伸びる市場で勝負する。これが鉄則なはずですが、

「日本人の資産は1500兆円と言われ、この10年で1.5倍に。しかし少子高齢化でこれらのマーケットが縮小するのは日本では明らかです。それでもあなたはこのマーケットに注目し、資産運用を切り口に保険を販売すること」

実はあなたのすぐ目の前には「万が一」のマーケットとは比べ物にならないくらい巨大な市場が存在する。他と大きく違う点は単なる比較販売ではないこと。多くの日本人は自分のお金を郵便局や銀行に預けています。これらのお金を保険に預けるという考えが、

「保険に入る人がいなくなってしまうのでは?」という声が聞こえてきそうですが、だからこそ公表する価値があるわけですから、自分にとって不利なことでも多く伝えていくべきです。

生命保険なら保障額の決め方はこのホームページにも載っていますが、契約者貸付や保険料支払免除に関するページもスペースをとっているページを私は見たことがありません。

少しの発想転換で大きな成果

シャープな視点

アイブライト株式会社 内田 拓男 —18—

§ 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
「保険営業で勝ち残るための差別化戦略 (58分)」
→http://www.kokyaku-follow.com/
[ブログ] http://hoken21.blog70.fc2.com/