自分が望む形から逆算して戦術を立てる

テレビドラマ「渡鬼」から学ぶ営業ノウハウ

大切なことは成果に繋がる仕組み作り

ドラマ「渡る世間は鬼ばかり」の中で中華料理店〝幸楽〟がインターネットでの餃子販売を始めるという設定があります。あくまでドラマの中の話ですがそのやり方にとても感心しました。

普通はその餃子がどんなにおいしいか、どんなに評判がいいかどんなにお得で安いかアピールして売り込むだけでしょう。一方幸楽は違います。餃子のサンプルをなんと無料で配るのです。しかも合計100万円分！もちろんただ無料で配って終わりではありません。味には絶対の自信がありますから、サンプルの餃子を食べた人がプログやツイッターで口コミを起こすことを計算しているのです。結果は思った通りになり餃子は大ヒットします。

幸楽の戦術は、まずはお客様に喜んでもらい、そのことが後の売上に繋がる仕組みがあるからすばらしいと言えるでしょう。もちろん同じことを保険営業でやれば成功できると私は考えています。

注意することは「お客様に喜んでもらうこと」で終わらないことです。つまり喜んでもらった後に契約に繋がる仕組みをしっかり構築するべきです。

お客様に対しての情報を伝える事と参加者が行動したくなる情報を伝えるのではセミナーの内容が大きく変わります。

■恋愛と保険営業

少し考えてください。あなたには好きな人がいて、どうしても付き合いたいと考えているとします。相手はあなたの気持やあなたの良さにはまだまったく気づいていません。さあこんな場合あなたはどんな行動を取るでしょうか？　まずはデートに誘う。映画に行く。1度飲みに行く…こんなことを考える方が多いでしょう。当たり前ですがいきなり「付きあってください」とか「結婚してください」と言い寄ってもまずうまくいきません。それなりのステップを踏むことを普通は誰でも考えます。

ある恋愛の達人は「デートに誘う勇気がなければ、まずは物の貸し借りからスタートしなさい」とアドバイスしていたのを思い出します。要するに提供だけをまじめに行い、なかなか契約に繋がらない痛い経験を私は何度もしてきました。『これだけいいことを教えるのだから』『これだけ情報提供したのだから』契約は獲れると思うことはかなり危険です。と言っても最初から契約書や提案書を出して、契約を迫ってもまずうまくはいきません。大切なことは幸楽がやったように最終的に自分が望む形から逆算して戦術を立てることです。

例えばセミナーを活用して契約を獲得する場合。多くの人はセミナーでいい情報や素人が知り得ない裏技などを伝えれば、自然に契約に至ると考えてしまいます。しかし多くの場合うまくはいきません。セミナーだけで終わってしまうのです。お客様は感心・満足するだけで契約には至らないわけです。重要なのは自分が望む形を思い浮かべ、そこから逆算することです。

セミナーを活用して契約を獲る場合、普通参加者が個別相談をしたくなるようなセミナーの内容にしなければならないはずです。まさに得たい結果からの逆算です。単にいいCDやゲームソフトなどを貸し借りすれば、借りる時と返す時に2度会うチャンスが生まれますから、それをきっかけにすればいいということです。

いずれにせよ、ステップを踏むことで道が開けるわけです。これは保険営業でも同じでしょう。

大切なことは、保険のことはまずは横においてステップを踏むことです。保険を切り口にするのではなく、会社や経営者が抱える問題点にスポット当てることが方法の1つだと私は考えています。物の貸し借りをして何度か会うチャンスを得るように、問題点を解決するお手伝いに集中することで社長に何度も会い、信頼を得るチャンスが作れるのです。

法人開拓はステップが重要

問題解決を手伝うために何度も会う

1度の不況下、さらに欲しいものがないと言われる成熟社会では勝ち残っていくのは難しいはずです。

これは保険営業でも同じです。あなたはネットやCMの影響で必要だ！加入したい！　検討したい！と既にお客様が考えているがん保険や医療保険の分野だけで戦いますか？　コンビニの例と同じでチャンスは別の部分すなわちお客様が必要だ！　欲しい！と気づいていない分野にあるのではないでしょうか。

この分野はネットや通販ではなかなかできないと私は考えています。つまり保険営業パーソンの独壇場。保険のことを毎日考えているお客様は非常に少ないものです。万が一のことばかりを気にしている方も多くはありません。だからこそ保険営業パーソンが必要なのです。

普段は考えていませんが、言われてみればその通り！　と言わせるような営業スタイルができれば、10年後も生き残っていけると私は確信しています。さああなたの営業スタイルを変えましょう。

■売込みより質問

多くのトップセールスの人はお客様を説得しようとはしません。お客様が納得するように「質問」をするものです。トップセールスは無口だという話を聞いたことはないでしょうか。それは単に寡黙ということではなくて質問しお客様がしゃべっている時間が長いからしゃべる必要がないということなのです。

例えば燃費がよく減税対象のコンパクトカーを売る場合、普通の営業パーソンは「燃費もよくて小回りもきいて減税にもなります。絶対この車を買った方がいいですよ。お勧めです」と説得します。一方トップセールスはこんな質問をします。

「エコに関して貢献するお考えはありますか？」「どんな車がエコに貢献されること思いますか？」「減税適用期間をご存じですか？　それに関してのどのように感じられますか？」

そしてお客様の口からこんな言葉がでるように導きます。「やっぱり燃費がよく小回りがきく車が時代にあっているね。それにどうぜ買うなら減税の適用期間に買うべきだね！」。売る車自体はなにも変わってしまいません。しかし質問の仕方によってお客様は納得します。売り込みより質問、説得ではなく納得！　これは保険営業でも同じです。

「○○保険がお勧めです」「このプランが絶対いいと思います」「提案した内容はいかがでしょうか」

よく保険営業で使われるトークはすべて売り込みでお客様を説得するためです。これを止めるのです。質問することでお客様に納得してもらうことを心掛けるのです。これができればあなたはもう売り込む必要はなくなります。無理なクロージングも不要となるのです。

ニーズに応えるだけでは成功しない

しましょう」「保障を見直しましょう」「退職金を保険で準備しましょう」などといきなり社長に提案するのは、恋愛のケースで言えば恋人でもないのに「ホテルに行きましょう」と言うのと同じくらい強引なことなのではないでしょうか。

大切なことは、保険のことはまずは横においてステップを踏むことです。保険を切り口にするのではなく、会社や経営者が抱える問題点にスポット当てることが方法の1つだと私は考えています。物の貸し借りをして何度か会うチャンスを得るように、問題点を解決するお手伝いに集中することで社長に何度も会い、信頼を得るチャンスが作れるのです。

保険営業パーソンの独壇場の分野はある

なぜコンビニ業界の売上が伸びたのか？

■コンビニから学ぶニーズ喚起型販売術

「お客様が欲しいものを提供する、お客様のニーズに応える」―ビジネス成功の鉄則とも言えるこんな常識だけではうまくいかない時代が来たのではないでしょうか。

何年か前、コンビニ業界全体の売上が伸びた時期がありました。その時は特定の会社だけの売上が伸びたのではなく業界全体が成長したと記憶しています。市場自体の成長率は鈍化しパイの取りあいしていると言われるコンビニ業界の売上が伸びたのはたばこの自販機での販売が制限されたからと言われました。自販機でたばこを買う場合、タスポという専用のカードがないと購入できないため、そのカードを持っていない多くのお客様はコンビニのレジでたばこを買ったのです。そのついでに別の買い物をすることが多いのでコンビニの売上が伸びたわけです。

これらないはずです。

コンビニの商品または陳列方法は、全く買う予定がなかったお客様に『これ欲しい！』『そういえばこれ必要だ！』と気づかせる力があると考えられます。ニーズを掘り起こす力、気づいていない、眠っているニーズを呼び起こす力がコンビニにはあると言ってもいいかもしれません。いずれにせよ、お客様が買いに来たものをただ提供するやり方では100年にいきなり「付きあってください」とか「結婚してください」と言い寄ってもまずうまくいきません。それなりのステップを踏むことを普通は誰でも考えます。

ある恋愛の達人は「デートに誘う勇気がなければ、まずは物の貸し借りからスタートしなさい」とアドバイスしていたのを思い出します。要するに提供だけをまじめに行い、なかなか契約に繋がらない痛い経験を私は何度もしてきました。『これだけいいことを教えるのだから』『これだけ情報提供したのだから』契約は獲れると思うことはかなり危険です。と言っても最初から契約書や提案書を出して、契約を迫ってもまずうまくはいきません。大切なことは幸楽がやったように最終的に自分が望む形から逆算して戦術を立てることです。

例えばセミナーを活用して契約を獲得する場合。多くの人はセミナーでいい情報や素人が知り得ない裏技などを伝えれば、自然に契約に至ると考えてしまいます。しかし多くの場合うまくはいきません。セミナーだけで終わってしまうのです。お客様は感心・満足するだけで契約には至らないわけです。重要なのは自分が望む形を思い浮かべ、そこから逆算することです。

セミナーを活用して契約を獲る場合、普通参加者が個別相談をしたくなるようなセミナーの内容にしなければならないはずです。まさに得たい結果からの逆算です。単にいい

少しの発想転換で大きな成果

一味違う！ SHARP シャープな視点 VIEWPOINTS

アイブライト有限会社　内田 拓男　―25―

§ 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年保険営業パーソン向けノウハウCDの販売やコンサルティングを行うアイブライト㈱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/