

洗濯機を持っていない人をコインランドリーに行かせる発想

激しい競争下で不可欠になるスキル ニーズを喚起して行動を促す

少し郊外に行くと、24時間営業の無人のコインランドリーの新店舗を最近よく見かけます。コインランドリーは洗濯機を持っていない人のためのものとして発想できない人は注意が必要です。不況でも売上を伸ばせる、成功できるビジネス。パーソナルは家に洗濯機を既に持っている人にコインランドリーを使わせることを考えます。例えばランドリーにこんな貼り紙をしたらどうでしょうか。

「家では洗うのが難しい大きなカーテンや毛布が洗えます」。店の前を通りかかった人に『そういえばカーテンも何年も洗えてないな』『言わ

れれば、他の洗濯物があるから毛布はいつも後回しになっていた！こんな方法があったか！』と気付かせることが可能になるでしょう。新しい利用法に気が付く人にはまだ気づいていない人の気持ちや感情を刺激（ニーズを喚起）して行動させるスキルがますます不可欠になると私は確信しています。

これは保険営業でも同じです。保険に入りたい、検討したいと既に考えているお客様のマーケティングは厳しい競争にさらされています。お客様はネットで情報を取り複数の見積りを比べてできるだけ条件のよいものを選びたいと

私が保険を販売していた頃、繰り返した行動です。これは〇〇会社が製造したもので…」

「この薬の特徴は…」

「この薬の値段は…」

「そんな薬の細かい説明よりも自分の病気がどうか？」

「あなたもこんな経験は一度や二度ないでしょうか？ こうなってしまう原因はいろいろ考えられますが、まずは初めに聞きたいは、健康診断で数値の異常が判明したあなたに医師がいきなり飲む薬の説明ばかりしただとわかれれば薬の詳しい説明を聞きたいでしょう」

「この薬は〇〇会社が製造したもので…」

「この薬の特徴は…」

「この薬の値段は…」

「そんな薬の細かい説明よりも自分の病気がどうか？」

「あなたもこんな経験は一度や二度ないでしょうか？ こうなってしまう原因はいろいろ考えられますが、まずは初めに聞きたいは、健康診断で数値の異常が判明したあなたに医師がいきなり飲む薬の説明ばかりしただとわかれれば薬の詳しい説明を聞きたいでしょう」

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

アイブライト株式会社 内田 拓男 27

§ 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/

無限の法人開拓

「社長にどんな話をすればいいかわからない」

先日はこう聞いています。長は関心を示すのでしょ

「初対面や飛び込

「普通の話でも少しも出せ

「普通の話でも少しも出せ

「普通の話でも少しも出せ

悩みがない社長はいない。だからチャンス！

「問題解決」を切り口に牙城を崩す

「社長にどんな話をすればいいかわからない」

先日はこう聞いています。長は関心を示すのでしょ

「初対面や飛び込

「普通の話でも少しも出せ

「普通の話でも少しも出せ

実感すれば自らアクションを起こす

「問題解決」を切り口に

「問題解決」を切り口に

「問題解決」を切り口に

「問題解決」を切り口に

金額 大きいかないのです。保

険の特徴や安さ、特約や

返戻率などの話は最後に

いいのです。保険営業パ

ーソンがやるべきことは

お客様に「実感」しても

らうことです。

「実感」させる有効な

手段、効果的な方法の1

つがセミナーです。セミ

ナーは誰も知らない真技

やプロしか知らない情報

を伝えるものと勘違いし

ているケースが少なくあ

りませんが、これは違う

と私は考えています。セ

ミナーではお客様に「実

感」させることに集中す

ればいいのです。「実感

」してもらうにはどんな話

をすればいいのかセミナー

の内容を考えるべきです。

「実感」すればお客様

は自らアクションを起

こします。つまりセミナー

後、個別相談を受けた

いとあなたの元にお願い

に来るはずですよ。