

# 売り込みを不要にするトークの組み立て方

## 社長と未来のことを話し合う

### 人・健康・お金の話題へ導くように

■未来対話でアプローチ  
法人新規開拓でのア  
プローチの鍵は「未来対話」  
だと以前インタビューし  
たトップセールスパー  
ソンは断言していました。  
アプローチの段階、特に  
初回訪問で保険の話は全  
く不要なのです。

この「未来対話」がで  
きれば、社長との会話は  
必然的に「人」「健康」  
「お金」の話に行き着き  
ます。「人」「健康」「お  
金」の話題に迫り着けば、  
自然に「生命保険」が必  
要になってしまふので  
す。こうなれば無理な売  
り込みや押し強いクロ  
ーシングは不要です。売  
るのではなく、どうして

も必要な状況を作るとも  
表現できるかもしれません。  
例えはあなたが英語の  
教材を売る営業パーソン  
だったとします。お客様  
に初めて会うなり、販売  
している英語教材の良さ  
や安さを流暢に売り込ん  
でもうまいはいかないこ  
とは明らかです。そんな  
ことはしないで未来のこ  
とを話さず、今後世  
界がどうなるのか？ど  
んな未来が待っているの  
かを語りあうのです。  
少し大袈裟かもしれま  
せんが、ネットなどの影  
響もあってますます世界  
は狭くなると言っている  
でしょう。よりグローバル  
化することは間違いあ  
りません。日本は少子高  
齢化なので海外でのマー  
ケティング・販売は今以  
上不可欠になるに違  
いありません。また労働力  
が不足して外国人を移民  
させることもあるかもしれ  
ません。正解とか不正  
解の問題ではありませ  
ん。未来を語っていくと  
今以上に海外とのかわ  
りが増え英語力が必要に  
なることに気づかないで  
しょうか？つまり今か  
ら英語を勉強する必要が  
あるということになるは  
ずです。ですからいい英  
語教材が不可欠……こん  
な結論を導かないでし  
ょうか。

ただ英語教材を売り込  
むことと未来対話をする  
流れとの差をあなたは感  
じませんか。これは保険  
営業でも同じです。未来  
の…経営のこと、資金繰  
りのこと、事業の存続の  
こと、社長の老後のこと  
などを経営者へ語ること  
を心がけるべきです。焦  
って設計書を出して説明  
しながらも保険が必要に  
なる状況は作りだせるの  
です。

■保険ではなく選択肢を  
売る  
親がリストアップされたた  
め大学進学をせざるを得  
ない高校があるテレビ番組  
で取材されていました。  
確かにかわいそうな状況  
で同情はしますが本当に  
進学する気があれば、親  
に頼らなくても大学に行  
く方法はあるのではな  
いでしょうか？

例えば奨学金借りる方  
法もあります。試験を受  
けて授業料や入学金など  
がすべて免除される特待  
生制度を利用することも  
いいでしょう。最新のIT  
ビジネス情報を提供す  
る代わりにアメリカ留学  
の費用を日本のIT企業  
に出してもらうことに成  
功した学生の話も聞いた  
ことがあります。これも  
一つのやり方ではないで  
しょうか。

ホームページやブログ  
を作り、インターネット  
で寄付を呼びかけるアイ  
デアはどうでしょうか。  
なぜ大学に行きたいの  
か？なぜ行けなくなっ  
たのか？大学で学んだ  
ことをどう社会に活かし  
たいか？などを詳しく書  
けば、テレビなどのマス  
コミが取材して意外に寄  
付が集まるかもしれませ  
ん。もしも進  
学するための  
お金がないも  
のの大学の医  
学部で得た資  
格と知識を世  
界で医師がい  
なくて困って  
いる地域で活  
かすという意  
気込みの高校  
生がいて、そ  
の熱意がネッ  
トを通じて感  
じられたら、  
私なら少し寄  
付するでしょう。

## 答えの説明より選択肢示すべきは社長の決定の手伝い

「答え」を提案するので  
はなく「選択肢」を提案  
してあげます。最終的に選  
ぶのは社長です。営業パ  
ーソンがよいと思った答  
えをうまく説明するので  
はなく社長が決定するお  
手伝いをしていけるので  
す。もちろん多くの保険  
営業パーソンが提案する  
「選択肢」を提案しても  
社長の心には響きません。  
あっと驚く、ライバルが  
できない話は大きく進む  
可能性が高くなります。  
保険料が安い、返戻率  
が高い、特約が新しい…  
少し前までは有効でした  
が、インターネットが普  
及した現在ではこの手の  
投げかけで身を乗り出す  
社長はいないというこ  
とをまずは認識することが  
第一歩です。誰でも知り  
得る情報ではなく、今あ  
る情報を活かす「知恵」  
を自分の頭で考えること  
が必要なのではないでし  
ょうか。

## 重視すべきはお客様の思い

### 保険は理想の目的を達成する手段

■運転手ではなくナビゲ  
ーションになる  
保険営業パーソンがプ  
ロとして考え抜いた理想  
の保険プランをわかりや  
すくお客様に丁寧に説明  
して契約をいただく！  
決して間違った姿勢では  
ありません。しかも多  
くの人から好かれて、あ  
なたが最高だと考える観  
点があるのです。営業

パーソン理想をお客様  
に理解してもらうよりお  
客様の理想を引き出す  
導く、誘導することが今  
の時代は、より大切な  
ことです。  
ピカピカの豪華なリム  
ジンを用意し、あなたが  
その運転手になって、多  
くの人から好かれて、あ  
なたが最高だと考える観  
点があるのです。営業

光地を案内するより方は  
ある意味時流に合ってい  
ません。お客様が自分で  
行きたい場所を見つけ、  
自分でナビゲーションを  
操作し自分で目的地にた  
どり着けるようになるの  
です。  
お客様が目的地を明確  
にでき自分の力で到着で  
きるためのお手伝いが求  
められています。保険を  
強引に説得して売りつけ

えをうまく説明するので  
はなく社長が決定するお  
手伝いをしていけるので  
す。もちろん多くの保険  
営業パーソンが提案する  
「選択肢」を提案しても  
社長の心には響きません。  
あっと驚く、ライバルが  
できない話は大きく進む  
可能性が高くなります。  
保険料が安い、返戻率  
が高い、特約が新しい…  
少し前までは有効でした  
が、インターネットが普  
及した現在ではこの手の  
投げかけで身を乗り出す  
社長はいないというこ  
とをまずは認識することが  
第一歩です。誰でも知り  
得る情報ではなく、今あ  
る情報を活かす「知恵」  
を自分の頭で考えること  
が必要なのではないでし  
ょうか。

「答え」を提案するので  
はなく「選択肢」を提案  
してあげます。最終的に選  
ぶのは社長です。営業パ  
ーソンがよいと思った答  
えをうまく説明するので  
はなく社長が決定するお  
手伝いをしていけるので  
す。もちろん多くの保険  
営業パーソンが提案する  
「選択肢」を提案しても  
社長の心には響きません。  
あっと驚く、ライバルが  
できない話は大きく進む  
可能性が高くなります。  
保険料が安い、返戻率  
が高い、特約が新しい…  
少し前までは有効でした  
が、インターネットが普  
及した現在ではこの手の  
投げかけで身を乗り出す  
社長はいないというこ  
とをまずは認識することが  
第一歩です。誰でも知り  
得る情報ではなく、今あ  
る情報を活かす「知恵」  
を自分の頭で考えること  
が必要なのではないでし  
ょうか。

「答え」を提案するので  
はなく「選択肢」を提案  
してあげます。最終的に選  
ぶのは社長です。営業パ  
ーソンがよいと思った答  
えをうまく説明するので  
はなく社長が決定するお  
手伝いをしていけるので  
す。もちろん多くの保険  
営業パーソンが提案する  
「選択肢」を提案しても  
社長の心には響きません。  
あっと驚く、ライバルが  
できない話は大きく進む  
可能性が高くなります。  
保険料が安い、返戻率  
が高い、特約が新しい…  
少し前までは有効でした  
が、インターネットが普  
及した現在ではこの手の  
投げかけで身を乗り出す  
社長はいないというこ  
とをまずは認識することが  
第一歩です。誰でも知り  
得る情報ではなく、今あ  
る情報を活かす「知恵」  
を自分の頭で考えること  
が必要なのではないでし  
ょうか。

自分が考え、自分で選  
んだ理想の目的地にたど  
り着くためのお手伝いが  
いいのです。ナビゲーシ  
ョンの役に集中できれ  
ば必ず成果は出ると思は  
確認しています。保険營  
業パーソン役目は単な  
る売り込みではなくなっ  
てきていると言ってもい  
いはずです。  
お客様が目的地を明確  
にでき自分の力で到着で  
きるためのお手伝いが求  
められています。保険を  
強引に説得して売りつけ

必要なありません。い  
わば到着の手段、乗り物  
が保険なのです。理  
想の目的地に達成するた  
めにはどうしても保険が  
不可欠になるわけです。  
こんな流れを作れば売  
り込みは不要になります。  
しつこく押し強いクロ  
ーシングもいりません。  
売らなから断られる  
こともありません。毎日  
契約の内容など。私  
うか？

も保険を販売していた  
頃、お客様が現在加入し  
ている保険証券をとか  
き、自分で決められてハ  
ッピー、保険営業パー  
ソンも快い営業活動がで  
てハッピー。こんな関係  
を構築しながら「ミッシ  
ョンを稼ぐことができる  
のです。あなたの保険營  
業にほんの少しの変化を  
起こしてみませんか。  
「条件」は後でいいの  
です。重視すべきはお客  
様の「思い」です。絶対  
に譲れないことは何か？  
達成したい目標は？ 将  
来一番やりたいことは？  
これを聞き出すことに力  
を入れれば、結果として  
成果に繋がります。な  
ります。しかし「絶対に譲れ  
ないことは何か？」と  
ラスト1つな質問をし  
てもうまいかない  
よう。お客様自身も自分  
の「思い」に気づいてい  
なかつたり曖昧だたり  
することが多いから  
です。あるトップセールス  
パーソンは雑談・世間話  
単なる場を和ませるた  
めではなく、お客様の  
「思い」を明確にしてい  
く作業と位置づけていま  
す。お客様との雑談に目的  
があるのです。逆に考え  
ると雑談に目的があれば  
やり方が変わってきます。  
保険の説明の仕方をロ  
ープで磨くことも無  
駄ではありませんが、も  
う一度あなたの雑談を見直  
してみたいかがでし  
ょうか？

## 自分の頭で考え今ある情報を活かす

少しの発想転換で大きな成果

SHARP

シャープな視点

VIEWPOINTS

アイブライト株式会社 内田 拓男 36

§ 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(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.kokuyaku-follow.com/  
【ブログ】 http://hoken21.blog70.fc2.com/

