

もう一度お客様の「感情・心理」「価値観」を考えよう！

設計書＝保険の説明ではなく経営健全化アイデアに

■保険設計書のポジション
知人の息子さんは現在中学生です。「勉強しなさい」と何度注意しても全く聞かず、その知人はとても困っていました。ところが最近になって彼は人が変わったように勉強を始め、成績が急上昇しています。勉強を始めた理由は「ガールフレンドにいます。学年でもトップクラスの成績を維持している彼女と一緒に高校に行きたいと言われたのです。勉強しなくて嫌なもの、避けたいもの」というポジションが彼女の一言で勉強し始めたのだと聞きました。「大好きな彼女と一緒にいるために必要なもの」に変わりました。

普通のスーツ選手はケガを嫌なもの、避けたいもの、しかしケガを避けたら、あるサッカー選手は自身のケガを体を鍛え直すチャンスと位置づけました。これもポジションが変われば、その後の展開はまるで変わります。嫌いな勉強も積極的にできるようなります。ケガのリハビリも前向きな気持ちで取り組みます。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

設計書のポジションをチェンジさせます。例えば設計書＝保険の説明の売り込みではなく経営健全化のアイデア＝設計書にするのはいかがでしょう。保険を売ってしまえば社長はますます困ります。

少しの発想転換で大きな成果

SHARP

シャープな視点

VIEWPOINTS

アイブライト株式会社 内田 拓男 54

§ 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。

◆無料で聴ける音声番組・ポッドキャスト「保険営業成功ノウハウ」をオンエア中！ iTunes Storeで「保険営業」と検索してください！ *スマートフォン用ポッドキャストアプリでも聴くことができます。



お客様自ら証券を確認したくなるように導く

■証券を自然に引き出す
何年も使われていない口座を休眠口座といいますが、最後の取引から5年、信用金庫などは10年経った口座をこう呼び、

日本政府は休眠口座に関して、東日本大震災の復興財源として活用する案を検討しているという話題がある番組で紹介されていました。出演していたスマップの中居正広さんは10年以上使っていない銀行口座を確か持っている、それなりの金額が残っている記憶があるが、心配そうな表情で話していました。

もちろん休眠口座扱いになってもそれなりの手続きをすれば本人にお金は戻ります。国が勝手に銀行に放置されたお金の使用、持ち主に戻さないというのでは無いのです。中居さんの家に帰ってからの行動は簡単に予

想がつかず、間違いない、自分の預金通帳やカードなどをチェックしたはず。そして何かかわからないことがあれば金融機関に問い合わせをしたら間違いありません。

この場面は保険営業で、大いに参考になります。法人の顧客でも個人客でも既契約の証券を保険営業パーソナルがもし見ることができればかなりの確率で営業は前に進むでしょう。しかしすぐに確認できるものではないというのが事実です。「既契約を見直しましょう」「保険料をリストラしませんか？」「証券を確認させてください」と依頼しても普通は「うまいきません。その一方、先日インタビュー

「あれ？自分の保険はどうだったかな」と思われるのです。確認しなればすっきりしない、確認せずにはいられない状況を作り出すと言ってもいいかもしれません。

勘違いして欲しくないのは単に不安を煽る方法ではないことです。その

■100円で売って24万円儲けるノウハウ
先日ジャパネットタカ

の通販番組をみていたとタブレット端末が100円で販売されているのを見て、タブレット端末を持ち、いつでもどこでもネット接続できることが、

もちろん「100円」で手に入られる条件がありました。月々5千円程度のモバイルネット契約

土地や建物の情報を調べたり、目的の地までの行き方を表示させたり、お気に入りのレストランを検索したり、そんな楽しい使い方を提案して、この体験を「100円」でできることが強調されていました。

もちろん「100円」で手に入られる条件がありました。月々5千円程度のモバイルネット契約

土地や建物の情報を調べたり、目的の地までの行き方を表示させたり、お気に入りのレストランを検索したり、そんな楽しい使い方を提案して、この体験を「100円」でできることが強調されていました。

もちろん「100円」で手に入られる条件がありました。月々5千円程度のモバイルネット契約

土地や建物の情報を調べたり、目的の地までの行き方を表示させたり、お気に入りのレストランを検索したり、そんな楽しい使い方を提案して、この体験を「100円」でできることが強調されていました。

もちろん「100円」で手に入られる条件がありました。月々5千円程度のモバイルネット契約

クラシックカー好きな人に 高性能の新型車を勧めても...

■最高に安くて得な保険が売れない理由
クラシックのアメ車が趣味の友人がいます。30年とか40年くらい前の現行車と私は勝手に表

は比べものにならない程とてつもない長く、大きくオープンカーを彼は所有しています。エルビスプレスリーが乗っていたような車と私は勝手に表

初から提示したら、買う人は激減するのではないのでしょうか。「4年で24万円の費用がかかりますが、このタブレットは便利ですよ」と甲高い声でうまく説明しても同じ結果はでないに違いありません。最初の提示は「100円」だからこそいいのです。「100円」というきっかけを場合によっては24万円に育ててしま

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

もう無理して売り込めば必要はない

現しています。燃費ももちろんよくありません。乗り心地も決していいとはいえません。さらに車自体値段がすごく高いのです。加えてメンテナンス費用も決して安くありません。

しかし彼はその車に満足しています。彼の価値観に合っているからです。もしテレビCMで盛り込んで宣伝されているハイブリット車を営業パーソナルが売りに来ても彼は絶対に買わないでしょう。

彼の価値観に合っていないのだから条件がどんなに優れても彼は買いません。価値観を営業パーソナルは優先させるべきではないのでしょうか。

この話は保険営業に通じます。多くの保険営業パーソナルはできるだけ安くお得な商品を提案して売ろうとします。間違

いではありませんが、すべての人の価値観にこれが合うとは限らないこと

初から提示したら、買う人は激減するのではないのでしょうか。「4年で24万円の費用がかかりますが、このタブレットは便利ですよ」と甲高い声でうまく説明しても同じ結果はでないに違いありません。最初の提示は「100円」だからこそいいのです。「100円」というきっかけを場合によっては24万円に育ててしま

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ

悪くはありませんが、それ