

苦戦する偏った営業スタイルから脱却

お客様からほとんど質問されるには？

情報・知識は伝え切らないこと

■売れる人は「不完全」
 英語を流暢に話します。しかしあえて外国人観光客との会話を完全に英語にしないというのです。英語を流暢に話します。しかしあえて外国人観光客との会話を完全に英語にしないというのです。英語を流暢に話します。しかしあえて外国人観光客との会話を完全に英語にしないというのです。

「おはようございます」「ありがとうございます」「おはようございます」「ありがとうございます」「おはようございます」「ありがとうございます」

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 56

§ 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。



そのノウハウの1つを聞いて私は感心してしまいました。それは「受付やホテルの人は基本的に」

「取引先」との関係性を考慮する

■毎回満員セミナーはこう作れ！
 友人の経営者が近々東南アジア数か国を訪問する社長向けの視察ツアーに参加します。彼はよくお酒を飲むのですが、海外進出の話や海外に興味があることを全く聞かなくて驚きました。そもそも彼は非常に忙しなかながら長期で休みが取れませんが、そんな彼がなぜわざわざ高いお金を払い、普段は取れない長期休暇を取って視察ツアーに参加するのでしょうか？

「いいね」を集めよう

「いいですよ」ではなく「いいですね」で保険は売れる
 ある経済番組で日本のスポーツメーカーが1時間間にわたって特集されていました。

本当の思いを掴む！

■さようなら理屈営業
 先日、ある落語家さんの修行時代の話を聞きまして、毎日師匠の身の回りのお世話をして下さるまなことを学びます。ある日、師匠の「おい、ちよっと名刺を持って来て行って、名刺1枚だけを持って行った方がいい場合もあるし、大勢に配りたいから名刺の束を持っていくべきケースもあります。これは法人新規開拓でも同じです。営業スタイルが理屈に偏っていると苦戦するのは、既契約、保険料、返戻率、特約、契約を扱う保険営業、パーソナルの資質など現状を把握してこれらを超えようとする努力は間違いないです。しかしこれら理屈は後回しでいいのです。理屈ではなく

先日お会いしたトップセールスパーソンは全く違う発想で営業を組み立てています。少し言い方はおかしいですが、彼は「不完全の名手」です。10ある情報や知識をトップセールスパーソンは12とか13に膨らませています。10のうち7〜8程度しか伝えないと言っています。いい情報や完璧な知識を流暢にお客様に話してや知識をトップセールスパーソンは12とか13に膨らませています。10のうち7〜8程度しか伝えないと言っています。いい情報や完璧な知識を流暢にお客様に話してや知識をトップセールスパーソンは12とか13に膨らませています。10のうち7〜8程度しか伝えないと言っています。いい情報や完璧な知識を流暢にお客様に話して

「取引先」との関係性を考慮する
 正しい知識や最新の情報をすべて伝えるだけが営業ではないのです。少し考えてください。あなたの優良顧客(最大の取引先)から価格が100万円の商品を付き合いで買ってくれないか？

「いいね」を集めよう
 勧められるか(売り込まれるか)自分で気づくか(差と表現していいか)の差と表現していいか。Face bookで「いいね」を集めるような保険営業を目指しては、いかがでしょうか？

本当の思いを掴む！
 弟子に叱られたといいますが、「おい、ちよっと名刺を持って来てくれ」という言葉を聞いて、大勢に配りたいから名刺の束を持っていくべきケースもあります。これは法人新規開拓でも同じです。営業スタイルが理屈に偏っていると苦戦するのは、既契約、保険料、返戻率、特約、契約を扱う保険営業、パーソナルの資質など現状を把握してこれらを超えようとする努力は間違いないです。しかしこれら理屈は後回しでいいのです。理屈ではなく