

今、考えるべきことと工夫すべきこと

売れる人は契約を目的にしない

法人初回訪問では信頼関係構築に注力

■売れない人は目的、売れる人は手段
少し前に流れていたテレビCMで非常に印象に残っているものがありま

す。ファミリー層を中心に人気のあるワゴン車のCMです。自動車のコマーシャルは安全とか乗りやすいとか価格が安いなど車自体を全面的にアピールするものが多いと感じています。

一方で私が気になったCMはそれとは全く切り口が違います。映像の大部分は家族で川辺にキャンプを楽しんでいる場面です。父親と一緒に釣り挑戦している男の子が、最後に魚を釣ること

に成功して喜びに満ちた表情が映し出されます。自動車の良いところをただ単に訴えるのではなく、自動車で作れる家族の思い出や感動を提案している私は考えます。

「目的」が思い出や感動で「手段」が自動車です。この話は保険を売るのに通じます。継続的に成果を出し続けている人の多くは、保険を手段化する達人です。そもそも保険を契約すること自体が目的とか目標のお客は普通いません。大きな終身保険に加入するのとが夢という人は存在しないでしょう。それにもかかわらず、保険営業パーソンは保険を中心に話をしています。

保険の売れる人はそうしません。お客様の目的を達成する手段として保険があり、お客様が自身で自分で選択する！こんな流れを作り出すことに長けています。お客様が持っている問題や悩みを解決・解消する提案をする、保険が必要になってしまおうという結論に導くとも表現できるかもしれません。

「どんなに餌を与えても…どんなに教える技術が高くても動物は言うことを聞きません。一番大切なのは動物との信頼関係です」

信頼関係。これは法人新規開拓でも同じように重要です。経営者や社長と信頼関係を築く前に、メリットある提案という言葉を提示してしまおう。これはおいしい魚だけ与えることには指示に従えとイルカに強要していることと似ています。まずあなたが法人開拓、法人初回訪問で考えるべきことは信頼関係の構築ではないでしょうか。多くの保険営業パーソンは「どうすれば売れるか?」ばかりを考える傾向にあるでしょう。1件でも多くの契約が獲得したい気持ちは理解できますが、それをぐっと抑えて「どうすれば経営者と信頼関係ができるか?」を考えることが成功への近道です。

きれいなパンフレットや見やすく細かい設計書を用意するだけでは、たとえそれがどんなにメリットのあるものでも経営者と信頼関係を築くのは難しいはずで

す。信頼関係を構築するために何をすればいいのか考えてみて下さい。考えることであるものの初回訪問のやり方は劇的に変わり、その後の結果も変化することは明らかです。

保険の話はあとでいいのです。信頼関係を構築するために何をすればいいのか考えてみて下さい。考えることであるものの初回訪問のやり方は劇的に変わり、その後の結果も変化することは明らかです。

「前インタビューした法人新規開拓のスペシャリストは少しやり方が違います。彼はいわば作詞や作曲のノウハウばかりを単に学ぶのではなく「歌い方」を研究し極めていくことに気づいてきたんです。誰でも知っている曲を自分なりカバーしてヒットを出すようなケースが多いのではないのでしょうか。」

オリジナル曲型から方々曲型に…あなたの保険営業をもう一度見直して下さい。

「先日の社長役「保険に入った後に急に資金が必要になったらどうすればいいの?」

「営業パーソン役「実は社長! この保険には…」

単に事実を伝えるだけなのか、1人2役を演じて劇場型にするか、最終的には契約者貸付について社長が理解するという結果は同じですが、プロセスの違いによってその後の展開がまるで変わります。

契約者貸付を話せば売れると言っているわけはありません。劇場型などプロセスを工夫することが大切なのです。

音楽業界でカバー曲が売れるなら…

多くの営業パーソンが持つ知識・情報を活かして勝つ!

■保険営業は「作詞・作曲より歌い方だ!」
先日FMラジオを聴いていると、歌手の中森明菜さんが中島美嘉さんの「雪の華」をカバーしている曲が流れていました。続いてKiroroの「長い間」の中森明菜バージョンも放送されていました。原曲とは全く雰囲気の違い、明菜のストが全面に出ていて単純にいいと感じました。ネットで調べてみると、これらの曲が含まれるカ

バーアルバムがリリースされています。そのアルバムがランキングチャートの初登場で5位になったことが快挙だと紹介されていました。

簡単に表現すれば、中森明菜さんが人の曲を歌ったCDがヒットしているのです。大物歌手は新曲、オリジナル曲を歌いヒットを連発するというのではありません。中森明菜さん以外にも徳永英明さんやMay Jなどカバーアルバムをヒットさせているアーティストは少なくありません。

この話は実は法人新規開拓に通じると私は考えています。多くの保険営業パーソンは厳しい競争に勝とうと日夜勉強に励んでいます。セミナーや勉強会に参加して一生懸命学んでいるのです。素晴らしいことですが、ここで学習していることはオリジナル曲を生み出す努力に似ていると感じま

す。どこにもない秀逸なメロディ、みんなが感動する心に響く歌詞を生み出し、差別化して勝つ

のか? レタス数個で2678円!! あなたはもしこんな商品があったら、すぐに購入するでしょうか? 特別おいしい、新鮮で、体に最高にいいとしてもこの高い値段ではすぐに買おうとは思えないのは私だけではないはずです。

一方、実際にこの値段でレタスを売ってしまった会社があります。見た限りでは最終的に顧客が口にするのができる野菜は数個分だと思われま

す。しかし乱暴な言い方ですが、結局野菜の数個で2678円なわけ

で契約を獲得するのはほとんどです。違うのは野菜の例と同じでプロセスなのです。

例えば「契約者貸付」。こんな制度は当たり前過ぎて今さら法人新規開拓の武器にならないと考えられる保険営業パーソンは多いはず

です。第三者を登場させ、落語のように1人2役を演じるパフォーマンスを面談相手の社長でするのです。

「営業パーソン役」先日の保険の話をした社長からこんなことを言われました

「社長! この保険には…」

単に事実を伝えるだけなのか、1人2役を演じて劇場型にするか、最終的には契約者貸付について社長が理解するという結果は同じですが、プロセスの違いによってその後の展開がまるで変わります。

契約者貸付を話せば売れると言っているわけはありません。劇場型などプロセスを工夫することが大切なのです。

「前インタビューした法人新規開拓のスペシャリストは少しやり方が違います。彼はいわば作詞や作曲のノウハウばかりを単に学ぶのではなく「歌い方」を研究し極めていくことに気づいてきたんです。誰でも知っている曲を自分なりカバーしてヒットを出すようなケースが多いのではないのでしょうか。」

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 63

§ 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。



「前インタビューした法人新規開拓のスペシャリストは少しやり方が違います。彼はいわば作詞や作曲のノウハウばかりを単に学ぶのではなく「歌い方」を研究し極めていくことに気づいてきたんです。誰でも知っている曲を自分なりカバーしてヒットを出すようなケースが多いのではないのでしょうか。」

プロセスの工夫が法人開拓の武器に 野菜数個で2678円、なぜ売れる?

■なぜ契約者貸付の説明で法人新規開拓できるのか?

この企画はテレビの二初月に送られてきました。種を蒔いて収穫まで1か月以内でできて、2か月以降は様々な種類の種やそれにあつた肥料のみが送られてきて、栽培を楽します。これで月々料金が2678円です。

栽培キットや宅配料など含まれているので、妥当な値段とも考えられますが、(このセットを販売している会社のHPで見た限りでは最終的に顧客が口にするのができる野菜は数個分だと思われま

す。しかし乱暴な言い方ですが、結局野菜の数個で2678円なわけ

で契約を獲得するのはほとんどです。違うのは野菜の例と同じでプロセスなのです。

特別ものではないことがほとんどです。違うのは野菜の例と同じでプロセスなのです。