

もうお願いは止めて新しい営業の展開を作ってみませんか

売ろうとせずどうやったら自分と契約をしたくなるかを考える

■保険営業のプラダ化で法人開拓は成功する
友人の女性経営者は友人の女性経営者とは異なる。プラダだから！買バックや靴をたくさん持っている。先日見せてもらったのはスマートフォン。この話は保険営業、特に法人開拓に通じます。

使いやすさとか機能がいろいろあるから買おうとは思いません。プラダだから！買バックや靴をたくさん持っている。先日見せてもらったのはスマートフォン。この話は保険営業、特に法人開拓に通じます。

税理士と「共同作業」で信頼関係構築し法人契約に繋げる

■「共同」で法人見込み客が殺到する
イタリアの名門サッカーチームACミランの練習風景をテレビで見ていることがあります。日本代表選手をはじめ各国の代表選手やスタジアムレイヤーが多く集まるチームですが、チームメイトをおんぶして鬼になった選手から逃げ回る姿が映し出されたのです。その様子は子供が「おにっこ」そのもの。全くボールを使わないサッカーの練習とはかけ離れた遊びと素人は感じてしまいがちですが、これが仲間との信頼関係やチームワークを育てる練習になるそうです。これらを作ることを監督の口から指示してもすぐには選手は実践できないものです。口で指示するよりも【おにっこ】を一緒にやると「共同作業」のことで自然にそれらが育つのです。

この話は税理士と提携して法人契約を継続的に獲得することに通じます。多くの保険営業、パートナーは税理士に法人の紹介をお願いしてしまいがちです。一方、この分野で実績を挙げている人は違います。お願いではなく「一緒にやる」「共同作業」を提案して税理士と突撃訪問することも重要ですが、全く別の思考があります。考え方が変われば、行動や話法が変わります。チャンスはあなた自身の中にあると私は考えています。

回り道とも見える戦略が大きな成果を生むことも

■手取りを語れば法人保険が売れる
レストランガイドで有名なミシュランはタイヤのメーカーです。おいしいレストランを紹介することで読者が遠くの店までドライブをします。そのうすればタイヤが消費され最終的にミシュランの売上がアップします。これがミシュランガイドをスタートさせた狙いだと言ったことがあります。「タイヤをどうやって使わすか？」と車屋に聞かれましたか？と直接宣伝することも決して悪くはありませんが「回り道」とも見える戦略が大きな成果を生むことが多いと私は考えています。

江戸時代に川の土手に桜の木を植えたのは、みんなが桜を見にきて土手を歩き、土手を固くして水害などを防ぐことが狙いだそうです。とにかく土手を固くして歩かせるようにと投げかけるだけでは、うまくいかなかったに違いありません。ここにも巧妙な「回り道」戦略があったと思われま

回りの道戦略…これは保険営業でも有効です。トップセールス、パートナーは皆回り道戦略の達人と言っています。売りたい保険をそのままアピールしてすぐに売れた時代はとうに終わりを告げたと言っています。これらの買い方の賛否は別として、ビジネスを最近の若者は欲しいものがない、お金を使わないと言われているが、本当に大切に、自分の価値観

が得意とする方法の一つが「手取り」の話です。保険の話をするとしても聴きたいという富裕層を探ることが難しいですが手取りを増やす方法ならどうでしょうか？身を乗り出して耳を傾ける富裕層が多いと予測できます。手取りを増やす方法を語っていくと、その手段として保険が必要になってしまいう流れを作りま

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 70

§ 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年保険営業パートナー向けノウハウ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。
◆Facebookで毎日「保険営業」に関する情報を提供中。
「内田拓男」で検索！お気軽に「友達リクエスト」してください。



「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。

「お客様が見ない資料を送る」ネットからお客様から資料請求の依頼があり送ります。「そんなに送っていただくのは迷惑ではないですか？」とお客様は混乱してしまっている声も聞かれます。顧客から契約を獲得することを目的とするか、もしくは顧客から返信をもらうことを目的とするか。スタンスの違いで結果が大きく変わります。売れる人は小さな小さなノウハウの積み重ねを大事にします。