

売れる人は何にこだわらず、何を優先しているか？

知恵使いの細部にまで配慮

面談時の環境を整え少しでも成約率を高める

「トイレを秀吉流に使用」は成約率を劇的に上げることがある。戦国時代、普通の武士なら出世するために、戦(いんざ)で活躍して主君に認められることを考えるはず。敵を倒すだけ、倒すだけを目指して武芸の鍛錬に励む。これが常識です。一方、秀吉の発想はそれだけにとどまらな。織田信長の草履を懐で温め認められたという話は有名です。つまり秀吉は「知恵」によって、刀だけでなく草履まで出世の武器にしてしまっわけです。「知恵」：戦国時代だけではなく保険営業でも大切なことです。いい保険を得る利な提案をして契約を獲得するという発想ももちろん間違いではありません。トップセールスパーンの営業スタイルはそれに加えて「知恵」が詰まっています。

ある成功者はトイレを効果的に使うそうです。夫婦に対していくつものプランを提案すると、どれにするかなかなか決められないという場面はよくあること。そんな時、彼はあえてトイレに立つと言います。もちろん自分がない間に夫婦に相談してもらったためです。こうすることで成約率がアップするそうです。

商品そのものではなく

自分の存在、人で勝負

契約者にする前にファンにする法人開拓術。ティーナショーと聞いてあなたは何を想像しますか？おいしいコース料理を食べた後、お酒を飲みながら、日本でも屈指のアーティストの一流の歌や最高のトークを楽しむ場だ。私は思っていました。究極のエンターテインメントを身近で楽しめるので、すべからず当然料金は安くありません。大御所歌手のティーナショーのチケットは5万円以上するといわれています。

一方、私の友人が以前参加したティーナショーはこのイメージとはかけ離れたものでした。歌を唄いますが、言い方は悪いですが素人よりのほんの少し上のレベルです。トークもですが、爆笑を取るお笑い芸人と比べると遠いものです。しかしこのティーナショーに全国から400人が集まり、そのほと

雑談は場を和ませる手段ではない

社長の信念知りその目的を果たす手段として保険を勧める

■法人契約を簡単にする質問とは

法人新規開拓の際、特に初回訪問で現在どんな保険に加入しているか、

すなわち既契約を聞き出すことに力を入れている営業パーソンは多いもの

です。つまり法人が加入している保険証券を見せ

てもらおう努力をするわけ

は「ファン化」です。どうしたら売れるか？は後回しにして、面談相手はどうすればファンになってくれるかを優先させ営業を組み立てています。

あなたのファンになれば保険を勧めることは簡単になるに違いありません。

一方で以前インタビューしたトップセールスパーンの法人開拓手法は全く違います。最初から保険証券を見せてもらうような投げ掛けはしません。初回訪問で最も力を入れて社長から聞き出すことは「一番大事にしていくこと」なのです。社長の信念を理解すると言わなければなりません。もちろん「一番大事にしていくことは何ですか？」という質問はしません。社長との雑談の中から掴むのです。彼の中では雑談は単なる場を和ませる手段ではありません。社長の信念を掴む最高のチャンスと位置づけています。

「信念なんて聞いても保険は売れない」と心配する人もおられるかもしれませんが、しかし心配は不要です。信念を貫いた、夢や目標を達成するための手段として保険が必要になってしまっ流れを作

保険商品同士の比べ合いより

金融資産全体のなかで

なぜ足元の巨大な市場で勝負しないのか？

何年前ですがJリーグのチームがベトナム人サッカー選手を掴み取ったというニュースを見ました。日本企業からの広告収入が今後行くという戦術ももちろん悪くありません。しかし、劇的に増加することは見込めません。経済が伸びると予想されるベトナムなどの東南アジアの企業からの広告収入が増えるでしょう。ヨーロッパの強豪サッカーチームもアジア向けのマーケティングに力を入れていると聞いたことがあります。

「伸びる市場、大きな市場で勝負する！」これ

なるのです。この話は法人新規開拓にも通じます。保険は手段であるはずなのに、目的を明確にする前に、いきなり手段の比較論から入ってしまうケースが多いと感じませんか？ 優先するのは目的：社長の信念です。これを聞き出すことができれば法人開拓は9割成功すると私は考えています。

彼の狙いは38・5万円ではなく1451万円であり2138万円、すなわち大部分が預貯金で占められる金融資産なのです。しかし彼は保険の設計書を初めから広げて、銀行よりお金が増えることを提案するやり方は一切しません。最初から保険の話をするとはありませ

ほんの少し、視野を広げてみよう！

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 —75—

§ 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㈱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。



「知恵」：戦国時代だけではなく保険営業でも大切なことです。いい保険を得る利な提案をして契約を獲得するという発想ももちろん間違いではありません。トップセールスパーンの営業スタイルはそれに加えて「知恵」が詰まっています。

「知恵」：戦国時代だけではなく保険営業でも大切なことです。いい保険を得る利な提案をして契約を獲得するという発想ももちろん間違いではありません。トップセールスパーンの営業スタイルはそれに加えて「知恵」が詰まっています。