

提案ノウハウを学ぶより前に見直したい大切なこと

最初に、自分に会う明確な「理由」と「必要性」伝える

■なぜあの人は飛込みでもほぼ100%会えるのか？

先日、自宅にいらした。カメラで確認すると見慣れない男性が立っています。受話器を取って対応すると、彼は我が家が契約しているガス会社から依頼された点検員で、一定期間でガスの設備の点検、調査を行うことが法律で義務づけられていると言います。『それなら』と私は思い、快くドアをオープンしました。もしも「お勤めの方器員のご案内に来ました！」「今特売の暖房機があります。いかがでしょうか？」などと言われ

たら、こうはしなかったはず。明確な訪問の「理由」と「必要性」があったからこそ「それなら」と思い、ドアを開けたのだ。

この話は保険営業、とくに法人新規開拓に通じます。先日お話を伺ったトップセールスパイソンは法人、ドクターを新規開拓で訪問した場合の面談率はほぼ100%だとそうです。しかもほとんどのケースは飛び込み訪問です。紹介や「おねなご」が全くないいきなり訪問してこの数字を長年続けています。

奇跡のような高面談率の秘密は、最初に掛ける一言です。社長やドクターに「理由」と「必要性」がポイントです。さらに「自分と会えば

が保険営業パイソンに会う明確な「理由」と「必要性」を感じさせるような一言を投げかけます。『先におすすめの保険があります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』

「理由」と「必要性」がポイントです。さらに「自分と会えば

が保険営業パイソンに会う明確な「理由」と「必要性」を感じさせるような一言を投げかけます。『先におすすめの保険があります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』

が保険営業パイソンに会う明確な「理由」と「必要性」を感じさせるような一言を投げかけます。『先におすすめの保険があります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』

が保険営業パイソンに会う明確な「理由」と「必要性」を感じさせるような一言を投げかけます。『先におすすめの保険があります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』

が保険営業パイソンに会う明確な「理由」と「必要性」を感じさせるような一言を投げかけます。『先におすすめの保険があります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』

が保険営業パイソンに会う明確な「理由」と「必要性」を感じさせるような一言を投げかけます。『先におすすめの保険があります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』

が保険営業パイソンに会う明確な「理由」と「必要性」を感じさせるような一言を投げかけます。『先におすすめの保険があります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』

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 85

§ 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年保険営業パイソン向けノウハウCDの販売やコンサルティンク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です。
「内田拓男」で検索！お気軽に「友達リクエスト」してください。

「理由」と「必要性」がポイントです。さらに「自分と会えば

が保険営業パイソンに会う明確な「理由」と「必要性」を感じさせるような一言を投げかけます。『先におすすめの保険があります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』

容器を変えただけで売れるようになったソフトドリンクの販売手法

「保険に至るようなトーク」＝容器を豊富に持っておく

■保険が売れる容器マーケティング

飲食店の経営者とお酒を飲む機会がありまして。近年、ソフトドリンクの売上と単価アップに成功していると言います。成功の秘密は「ドリ

「理由」と「必要性」がポイントです。さらに「自分と会えば

が保険営業パイソンに会う明確な「理由」と「必要性」を感じさせるような一言を投げかけます。『先におすすめの保険があります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』

法人新規開拓はライバルの少ない手薄な時期を狙う

■「この時期」に法人契約を獲得するチャンスあり！

午前零時に閉店するアイスコから出てくる女性がカラオケ店に流れる様子を見て、当時まだ少なかったカラオケで盛り上がる曲を作れば流行る！と音楽プロデューサーの小室哲哉さんは考えたそう。その後、彼は1990年代中盤にダンスミュージックでミリオンヒットを連発させました。曲や詞、アレンジなどが素晴らしいことは否定しませんが、ライバルが少ない、いわば「手薄な部分」を狙ったからこそ成功できたと考えられます。

最終的に保険が必要になってしまおう「仕組み」構築を！

■設計書の前に「これ」を作りなさい

野球のスポ根アニメにこんな場面があったと記憶しています。主人公が小学校からお腹をすかせて家に帰ると、テーブルには野球ボールだけが置いてあります。そのボールを投げて窓の外にあるのど真ん中に当てる。と、そこから小銭が出てきます。その小銭でおやが買えるのです。随分練習を続けることも小学校

「理由」と「必要性」がポイントです。さらに「自分と会えば

が保険営業パイソンに会う明確な「理由」と「必要性」を感じさせるような一言を投げかけます。『先におすすめの保険があります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』

「理由」と「必要性」がポイントです。さらに「自分と会えば

が保険営業パイソンに会う明確な「理由」と「必要性」を感じさせるような一言を投げかけます。『先におすすめの保険があります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』

が保険営業パイソンに会う明確な「理由」と「必要性」を感じさせるような一言を投げかけます。『先におすすめの保険があります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』『社長の相手が初回面談や最初に投げかける一言で演出することになります！』

生には難しいはずですが、ボールをコントロールできるとおやつが食べられる「仕組み」があるからこそ技術が上がるのである。

ハワイのショッピングセンターやホテルの駐車場では力マホコ型の突起物をよく見かけます。車が走る所にくつも巨大な突起物があるので、普通のスピードでは到底走ることができません。すべての車は止まるくらい減速します。日本ではあまり見たことありませんが、スピードバンブと言つて車を減速させる「仕組み」なのです。これで駐車場でスピードを出すと、安全になります。安全運転を促したり、減速の標識をたくさん掲げるだけではおそろしくスピードを出す車は存在するはずなんです。しかしスピードバンブという「仕組み」によって、スピード出す危険な車はほぼいなくなるわけなんです。

「仕組み」を作る！これは保険営業でも重要です。保険を売りたいというより、保険が最後に必要になってしまつ「仕組み」を考へる！トップセールスパイソンはみんなこれがうまいと言っています。