

# あなたが毎日話している情報を強力な武器にするために

## 視聴者を逃さない テレビ番組の手法

■売れる人の売り方より  
情報の止め方を学ぼう

先目テレビのチャンネルを切り替えていると、昔のアイドルが今どんな容姿になっているか紹介する番組を目にしました。私が中学校の時に好きだったアイドル歌手が当時歌っている様子がちょっと映し出されています。次の瞬間「あれかちになってCMを見て待たO〇さんは」というナレーションが流れ、現在の姿が足から(下から上)映し出されました。以前とは変わっていないスタイルはわかったのですが、肝心の顔の部分は「?」マークで隠され「C Mの後で」というアナウ

ンスが入りました。もちろん彼女の現在の顔を見たい私は2分ほどのCMが終わるまで待つてしまったのです。CMの前に顔を始めて最初からすべてを見ることできたら、間違いなくチャネルを替えていたはず

契約者貸付や生命保険金の非課税枠、保険業界に入ったら研修で学ぶような、ごくごくベーシックな事柄を伝えて、成果に繋がっているトップセールスパーソンは実際に存在します。特別な情報や知識がないと保険が売れないという考え方も間違いではありません。あなたが持っている情報は、武器は既にあなた

の1つは「情報の出し方」です。CM前に顔を見せない番組とやり方は似ています。10ある情報を最初から10出すのではなく、7または8で止めるのです。お客様が身を乗り出し、もっと知りたい、もっと聴きたいとなつてから、残りを出すのです。売れる人は、「情報の止め方」がうまくい

ます。契約者貸付や生命保険金の非課税枠、保険業界に入ったら研修で学ぶような、ごくごくベーシックな事柄を伝えて、成果に繋がっているトップセールスパーソンは実際に存在します。特別な情報や知識がないと保険が売れないという考え方も間違いではありません。あなたが持っている情報は、武器は既にあなた

の一方、彼がまず伝えるのは「スタンス」です。化粧品とアイエットサプリメントがどう宣伝されているか。自分が保険の仕事にどう取り組んでいるか、お客様に対する姿勢を語り

ます。もちろん、この部分が非常に練られた秀逸な内容であることは間違いないのですが、保険や詳しい提案、プランを語る前に、お客様に「あなたからぜひ契約したい」と思わせてしまいます。

「O〇キ口瘦せました」「1日たった△個飲んだ」「▲円で安い」などと商品自体の効果やお得さをアピールすることももちろん重要ですが、「使った後でも返品OK」と「スタンス」をアピールすることで大きな売上につながります。

「O〇キ口瘦せました」「1日たった△個飲んだ」「▲円で安い」などと商品自体の効果やお得さをアピールすることももちろん重要ですが、「使った後でも返品OK」と「スタンス」をアピールすることで大きな売上につながります。

## 普通とは異っている トップセールスの視点

■視点を養えるだけでチャンスが生まれる!

あるプロ野球のスカウトが有望な選手をドラフトで指名するかどうか決めるポイントをこう語っていました。「調子が悪い時に自分を信じ切る事ができるかどうか。球の速さやスイングスピード、守備のうまさなど技術的なことだと私は予想していませんが、『視座』が全く違うわけです。同じような話ですが、あるベンチャーキャピタルの責任者はベンチャー

企業に出資するかどうか判断するためにオフィスのトイレを必ずチェックするといいます。手入れが行き届いていない会社には出資しないことが多いそうです。やはり『視座』が普通とは違います。これらの話は保険営業にも通じます。トップセールスと同じようなプランを提案しても同じ結果が得られない。同じようなセールストークを使っても売れないと感じたこ

とではありませんか? 売れる人は『視座』が普通とは少し違います。多くの保険営業パーソンはお客様の既契約や収入に注目して契約に繋げようとしています。一方、以前インタビューしたトップセールスパーソンは既契約や収入よりも『支出』に注目します。どんなに収入が高くてもそれをすべて使ってしまう生活をしている人も収入が少なくても支出が少ない人

とあります。資本金や役員、表彰歴などを印刷するよりも「ある情報」を入れるだけでお客様への信頼度、安心度はアップするといえます。支出と名刺、これはほんの一例です。売れる人は『視座』が普通とは少し違います。どんなに収入が高くてもそれをすべて使ってしまう生活をしている人も収入が少なくても支出が少ない人

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

しかし、先日インタビューしたトップセールスパーソンは、飛び込み訪問を「少しカイゼン」して新規開拓の武器に見事に

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

## 淘汰が続く小さな書店 でも繁盛店は存在する

■変革ではなくカイゼン

1か月に30冊程度の本が私の周りにはほとんどでこの事実だけ見ると、昔から街にある小さな書店は生き残ることはできないと考えるのが普通です。実際に廃業する書店の数は毎年増えているという記事を読んだことがありません。しかし、小さな書店で

も毎日たくさんのお客様が訪れる繁盛店を知っています。本のソムリエと呼ばれる店長がお客様と対話しながらお客様に合った本を選んでくれる店があった本を買いに来ます。品ぞろえやすぐに届けてくれるという部分で競争すれば、ネットや大型店の街の書店は到底勝てません。しかし本の売り方を「少しカイゼン」すればまだまだ勝てる方法が

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

## 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 86

### § 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。



「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

## 「保険商品を買いたい!」 「お客様を守りたい!」

### あなたが買い手なら どちらを選びますか?

「O〇キ口瘦せました」「1日たった△個飲んだ」「▲円で安い」などと商品自体の効果やお得さをアピールすることももちろん重要ですが、「使った後でも返品OK」と「スタンス」をアピールすることで大きな売上につながります。

「O〇キ口瘦せました」「1日たった△個飲んだ」「▲円で安い」などと商品自体の効果やお得さをアピールすることももちろん重要ですが、「使った後でも返品OK」と「スタンス」をアピールすることで大きな売上につながります。

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。

「飛び込み」か? 「飛び込みなんて今時絶対に効率が悪い!」「カメラ付きスマートフォン」の家の多いからドアを開けてくれるはずがない!」在宅率が悪いから訪問しても会えないので成果は出にくい!」私はずっとこう考えていました。同じような意見の保険営業パーソンが多数います。