保険を売るチャンス、気が付けばあなたのすぐ側に！

絵画・骨董も美術品としてではなく会社の戦略として提案・アピールできる

■トップセールスパーソンはこうして法人保険を売っている

少し想像してください。あなたは比較的高額な絵画や骨董品を売る営業パーソンです。社長または法人にこれらを売る場合あなたならどんな売り方を考えますか？ 美術品の良さや素晴らしさ…そして値段のお得さをアピールする！ 悪くありませんが私なら全く別の切り口にします。

例えば通貨の話をするのはどうでしょうか。日本の財政やEUの現状そしてアメリカの未来などを語っていけば、この通貨なら今後も絶対に安心ということは断言できないはずです。未来はどうなるか誰もわからないのですから。主要通貨であっても暴落する可能性は十分有り得るわけです。ならば会社資産の保全の1つとして通貨とは別に絵画や骨董品を所有することを提案するのはどうでしょうか？ 要するに絵画や骨董品自体を売り込むのではなく、資産保全という会社の戦略を提案するのです。

外国でスラム街の子供に楽器を習わせて非行などから救った例を聞いたことがあります。芸術には人の気持ちや心を変える力があるとすれば…絵画や骨董品が会社スタッフのモチベーションを上げる役割の1つになることを提案するのも面白いと私は考えます。この場合もただ売り込むのではなく従業員のモチベーションアップという重要な会社の戦略を提案するイメージです。

この話は保険営業の企業開拓に通じると考えています。保険営業のトップセールスパーソンでストレートに保険を売り込んで成功している人はほぼいないと言えます。会社に戦略を提案して…最後に保険が売れる仕組みを構築しています。

あなたが提案しているのは保険だけですか？

トップセールスは最後に保険が必要になる仕組みを作る

■設計書を作る前に仕組みを作れ！

朝が苦手な経営者の友人がいます。目覚ましアラームを何個掛けても消して寝てしまうことが多かったそうです。しかし最近は新しいアイテムを手に入れ時間通りに起きられるようになったのです。それはアラームを手で操作して止めるのではなく、ベットから出て両足で踏まないと鳴りやまない目覚まし時計です。頑張って起きるのではなく起きる「仕組み」で苦手を克服したと言えるでしょう。

空き巣の侵入手段の第一位はなんと「鍵のかけ忘れ」だそうです。実際に知人の奥様がごみを捨てに行って近所の方と少し話している間に空き巣の被害に遭いました。鍵をかけ忘れないように気を付けることも大切ですが、その知人は、鍵を開けると音楽が流れるグッズを付けました。鍵を開けている間はずっと音楽が流れ続け、それを止めるためには鍵をかけるしかありません。これで、かけ忘れはなくなります。これも単なる頑張るだけではなく「仕組み」で目的を達成した例と言えます。

これら2つの話は保険営業に通じます。多くのトップセールスパーソンは、「仕組み」を作ることがうまいと感じます。どうしたら契約が獲れるか?について頭を悩ますことは間違いではありませんが、発想を少し柔軟にして、最後に保険が必要になってしまう「仕組み」を考えてみるのはどうでしょう。

以前インタビューした法人式開拓の達人は社長にいきなり保険を語ることはないと言います。保険を語るのはなく、語るのは未来だと言います。実はこれが「仕組み」なのです。社長と未来をずっと語っていくと、未来はどうなるか誰もわからないので、それに備えての資金を用意しておこうという結論がでるケースが多いのです。資金需要の話になれば、手段の1つとして生命保険が必要になってくるという展開なのです。

設計書を広げて、流暢にメリットを説明して売り込むことも誤りとは言い切れませんが、売れる人は「仕組み」を作り自然な形で契約を手にしています。

あなたの営業スタイルをもう一度見直してみるのはいかがでしょうか。

少子化に高齢化…一見厳しく思えるチャンスが変化にもチャンスが

■フリーターに高額保険を提案せよ?

学生時代の友人の子供が今年小学校に入学しました。子供が使うランドセルの値段は何と！ 10万円以上します。彼は普通のサラリーマンで給与も人並みです。10万円のランドセルは決して安い買い物ではありませんが…実はランドセルは彼の子供から見れば祖父母からのプレゼントなのです。

少子化。子供向け商品やサービスを提供する側から見れば厳しい状況に見えますが、父方、母方2組の祖父母が元気でさらにお金を持っているという変化を見逃さなければ売上を伸ばすことができるわけです。昔では考えられないくらい高いランドセルが簡単に売れてしまいます。一見厳しい変化に見えてもその裏には必ずチャンスがあるということでしょう。

そろばん塾の経営者と以前話す機会がありました。今時そろばんなんて習う子供がいるのか?と普通は考えるはずです。しかしその経営者は大きなチャンスがあるというのです。今後は高齢者向けのそろばん塾を幅広く展開したいといいます。手先と頭を使うそろばんは認知症対策に有効だそうです。高齢化で認知症対策がますます重要となる社会では十分勝算はあると話していました。これも変化の裏にあるチャンスの例と言っていいでしょう。

これら2つの話は保険営業に通じます。以前インタビューしたトップセールスパーソンは多くの保険営業パーソンが逆風だと考える変化を見事にチャンスに変えて大きな成果を手にしています。非正規雇用の増大。紛れもない事実で近年の大きな変化と言っていいでしょう。正規雇用の人よりも給与は少なく、保険を販売する側から見れば有難くない変化ではないでしょうか。しかしそのトップセールスパーソンはこの変化を大きな契約に変えてしまいます。パート、アルバイト、派遣社員などから高額契約を連発させています。

彼が注目するのは収入ではなく支出。収入が高くなくても、親と住んでいて家賃も食費も水道光熱費もかからない人、すなわち支出が少ない人は保険契約の原資となるキャッシュを持っているのでチャンスあり！ これが彼の考え方です。また非正規雇用の方は将来に不安を持っている人が多く、その不安を解消するような保険提案ができれば、高額な保険契約も難しくないと言います。

医師や経営者など高年収の人に保険営業パーソンは競って訪問します。もちろんこれも間違いではありませんが、彼は競争のない市場で高単価の契約を獲得し続けています。

変化の裏には必ずチャンスがあります。時代の流れはますます速くなり、変化は日々起きています。それを大変だ!と嘆くか、そこにチャンスを見出すかは、あなた次第なのです！

保全を単なる手続きで済ませず新契約に繋げる

■保全活動にチャンスあり！

サバイバルゲームができる店を運営する会社があるテレビ番組で取材されていました。通常サバイバルゲームができるのは広い土地がある郊外や田舎です。一方この会社の店は都心の一等地。会社帰りでもサバイバルゲームが気軽にできると人気なのです。実はお店は、解体予定や改装前のビルを安く借りています。この類のビルは普通は何も利用されていません。しかし価値がないまたは低いものでも「使い方次第」で変わるという1つの例と言えるでしょう。

自宅で誰でも簡単に水耕栽培ができるという動画を見ました。使うものはほとんどすべて100円ショップでそろいます。キッチンで使う水切りかご、食器を洗うスポンジ。アウトドアなどで使用するプラスチックのコップなど。特別な道具は必要なく本格的な水耕栽培を楽しみことができるのです。この例も「使い方次第」と言えます。

これら2つの話は保険営業に通じます。保険営業の成功者は特別なトークや誰も知らない裏技を駆使して契約を獲得しているイメージを持っている人は少なくありません。しかしいわば武器は特別ではないことがほとんどです。特別なのは「使い方」。サバイバルゲームと水耕栽培の例と同じで、まさに保険営業でも「使い方次第」なわけです。

保全活動。通常、これ自体はお金や売上を生み出しません。普通は単なる手続きです。しかし以前お話を伺った成功者の場合はこれを新規契約や紹介の武器に変えてしまいます。「使い方次第」で。

例えば保険金の受取人の変更。独身の方が結婚して、配偶者に受取人を変更する手続きを私も何度も経験したことがあります。私は契約者に会って手続きを済ませていましたが、その成功者は契約者だけではなく新しい受取人とも必ず面談し、実はここから受取人の方自身の保険契約に繋がるケースがかなりあると言います。保全は単なる手続きではなく、新規契約のチャンスでもあると位置づけているのです。

保険契約、新規開拓のチャンスがないのではなく、チャンスに気付いていないだけということはありませんか?

武器、新規開拓の種はあなたの手の中にあるのです。

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

アイブライト有限会社　内田 拓男　―101―

§ 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㈱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。