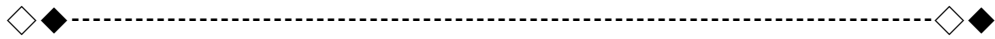


もちろん保険営業も同じです。

先日会った保険営業パーソンは「うちの会社は今流行りの医療やがんの新商品を出さないから売れない」と言っていました。

確かに一理あると思いますがお客様の心をごっちりつかむことで、実は保険料や条件が劣っていても売れるのです。

さああなたも「顧客フォロー.com」をどんどん利用してお客様のハートをしっかりつかみ、ライバルに差をつけましょう。



■メールアドレス獲得方法

「顧客フォロー.com」を活用するためには、お客様のお名前とメールアドレスは不可欠です。

今回、お客様からのメールアドレスの聞き方を少しお話します。

ポイントはメールアドレスを聞く理由を工夫するということです。

と言っても「『自分の契約を増やすための』ニュースレターを毎月送るため」ではお客様は納得しないでしょう。

お客様が納得するような理由があればアドレスは簡単にゲットできるものです。

例えば今オススメなのは「エコ」を切り口にすることです。
車も冷房も服装も「エコ」を切り口にした商品が大ヒットしています。
多くの方が「エコ」を意識しています。

そんな流れにうまく乗るのです。

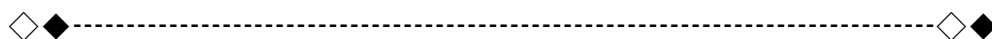
「ご連絡する際、すべて手紙やはがきを送るのではエコの時代に反すると私は考えています。企業からの案内や連絡が手紙やはがきで送られてくるのはムダで地球にやさしくないと〇〇さん思ったことはありませんか？」

こんな質問をお客様に投げかければきっとYESという反応が返ってくるはずです。

YESがもらえれば「ではメールでできるお知らせはメールで送ります」などと言えば比較的抵抗がないのではないのでしょうか？

もちろんこの「エコ」を切り口に、たくさんのメルアドをお聞きすることに成功した保険営業パーソンはいます。

注意する点はお客様のメルアドをいただく際、毎月1回のニュースレターを送ること、そしてもし不要な場合は簡単に購読停止ができることを伝えることです。



■保険営業ノウハウワンポイント

「断定」ではなく「質問」

あなたがいいと思ったプランをお客様の前に広げて、うまく説得するというやり方では、なかなかうまくいきません。

いいプランだと断定したり、保険を勧めるのではなく質問を有効に使うのです。

例えば「終身保険は積立式なので絶対お勧めです。お得です」というのではなく、こんな質問をします。

「保険は万が一の時以外にも役に立つとご存じでしたか？」

お客様は「どんな時？」「そうなの？」というような反応が返ってくるかもしれません。

もちろん資産形成の手段として利用できることを伝えるのですがその後、すぐに「それでは終身保険で年金の不足分を貯めましょう」と勧めてはいい結果が得られません。

しつこいようですが、質問をするのです。

「今の公的年金で老後の生活は十分だとお考えですか？」

「老後の生活にはいくら必要ですか？」

「いくら足りないですか？」

スペースの関係でかなり割愛して書きましたが、要するにあなたが答えを言う
のではありません。

質問することで、お客様に言っていただくのです。

「60歳までに終身保険で1,500万円貯めたい！」

こんな答えがでたら、保険を売るのは簡単だとは思いませんか？

(文・内田拓男 アイブライツ有限公司 <http://www.1eye.co.jp>)

*このメールマガジンで紹介したノウハウ・知識・情報に関しての
コンプライアンスのチェックは各自の責任でお願いします。

【発行者】 株式会社新日本保険新聞社
大阪市西区靱本町 1-5-15-5F
TEL:06-6225-0550, FAX:06-6225-0551
【KF.com】 <http://www.kokyaku-follow.com/>

■このメールマガジンは「顧客フォロー.com」をご利用いただいている
保険営業パーソンに月1回お届けするものです。

※実際のメールマガジンはPDFではなく、eメール(テキスト形式)でお送りします。