

■ ■ ■ ■ ===== ■

■ ■ ■

。 ○ ○ .。

■ 顧客フォロー . com 通信
保険営業で勝ち抜くための差別化戦略

。 ○ ○ .。

■ ===== ■ ■ ■ ■

■ はじめに

皆さん、こんにちは。

あなたはお客さんとアポイントを取る場合、どのようなアポイントの取り方をするのでしょうか？

私は時刻を約束して、その時間きっちり行くことがベストだと、ずっと考えていました。

時間に正確なことがお客様からの信頼を得て、最終的には売上に繋がると信じていたからです。

しかし先日お会いしたトップセールスパーソンはお客様の心理を考慮して、まったく違った方法でアポイントを取るのです。

お客様に対して「15時～16時の間に伺います」とアポイントを取るのです。

ずいぶん大雑把な約束の仕方だと感じた方も多いと思いますが、実はこう約束しておいて行くのは15時ジャストなのです。

この方法でアポイントをすることで15時からの1時間はお客様は別の予定を入れないので、営業時間を1時間確保できることになります。（じっくり話すことができるのです）

単に「15時に伺います」だけではお客様は15時15分には別のアポイントや用事を入れてしまう可能性もあります。

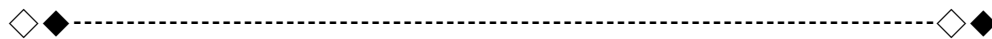
これでは営業時間が短いのでチャンスが半減する恐れがあります。

また「15時に伺いますので、1時間取ってください」と
もしアポイントを取ったらお客様はどう感じるでしょうか？

「1時間も時間を取れということは・・・きっと何かを売り込まれる
のではないか??」と警戒するかもしれません。
警戒されながらのセールスはうまくいかないことが多いでしょう。

お客様の心理を考え負担にならないように、それでいてしっかり
営業の時間をゲットする方法が「15時～16時の間に伺います」
なのです。

こんな小さな小さなノウハウの積み重ねが大きな成果に繋がるのです。



■メールアドレス獲得方法～その2

「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。

今回はある保険代理店の方のメルアド獲得方法を紹介します。

こんなトークで切り出します。

「先日、お客様に確認したいことがあって携帯にお電話したらその方は
たまたま車の運転中でした。そのお客様は『ほんのちょっとなら』と、
携帯に出ましたら取り締まり中の警察に捕まり罰金を払うことになって
しまったのです。こんなことにならないように大概なことはメールで
済みますから携帯メール交換をしておきませんか？」

こう言うとほとんどのお客様はOKだと言います。

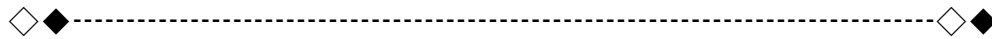
OKをいただいたら、すかさず「念のためPCのメールも教えてください」と
投げかけるとほとんどのお客様はPCのメールも教えてくれるそうです。

ポイントはメールを交換することで（ちょっと大袈裟ですが）お互いの
リスクを回避できるということを納得してもらうことでしょう。

お客様のメールを聞くというと保険営業パーソンのメリットばかりになってしまいます。

なぜメールを交換した方がいいのか、なぜメールを交換しないとリスクがあるのか・・・その理由を明確にすればお客様は気持ちよくメールを教えてくれるはずです。

また一方的にメールを聞くのではなく、「交換」という言葉を使うのもポイントの1つです。



■保険営業ノウハウワンポイント

生命保険契約を獲る現場でお客様と目の前にしてこんなことはよくないでしょうか？

- “いつもより話がスムーズに進んでいる”
- “自分の保険提案も悪くない”
- “しかもお客様が今加入している保険よりも安い”
- “お客様もじっと黙って自分の説明を聞いてくれている”
- “だから絶対いける！！”

誰がどう見てもお客様から保険契約がいただける状況なのに
いざクローズングで「ご提案したプランはいかがでしょうか？」
と言うとお客様は「もう少し考えたい」「検討したい」という恐ろしい答え。

一体何が悪いのか？ なぜ契約してもらえないのか？
と悩んだことはないでしょうか。

実は原因の一つは提案した生命保険プランに関してのお客様の理解度
の問題にあるのです。

つまりお客様が自分の話、提案をきちんと聞いてくれてしっかり理解
してくれているというのは錯覚ということもあるのです。
自分が考えているほどお客様はわかっていないことが少なくないわけです。

ではどうすればよいのでしょうか？

ズバリ

全部説明（提案）して最後にクロージングをする方法を捨てるべき！！

あなたがお客様に説明、提案したことを一つひとつに対してクロージングを掛けていくのです。

一つひとつ小さなYESをもらうとも言うことができます。

営業「ここまではよろしいでしょうか？」

お客様「はい」

営業「これはどちらがよろしいでしょうか？」

お客様「こちらです」

営業「こちらですね？」

お客様「はい」

というように。

こうすることで、あなたのプレゼン・提案が終わったときにはお客様の小さなYESが集まります。

すべてお客様がYESと言ったプランができ上がるのです。

つまりプレゼン・提案が終わった後に、改めてクロージングはする必要がなくなるわけです。

いかがでしょうか？

長々と説明した後に最後にクロージングすることは一か八かの賭けと同じなのです！！

お客様があなたの提案・プレゼンを本当にご理解いただけるか、その都度確認を取る、YESをいただくこと、つまり小さな

YESを積み上げることが生命保険の契約を数多くしかも効率よく
ゲットする最大のポイントだと私は考えています。

「ご提案したプランはいかがでしょう？」という言葉を手放しましょう。

(文・内田拓男 アイブライト有限会社 <http://www.leye.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。