

■■■■■■=====

■■■■

。oO.。

■ 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

。oO.。

■■=====

■はじめに

皆さん、こんにちは。

先日、あるテレビ番組で中国人富裕層の日本ツアーの様子が特集されていました。

彼らの購買力はすごいのです。
家電量販店に行くと一度に百万円単位で買い物する人もいます。

その場面で非常に興味深いことがあったので紹介したいと思います。

彼らは、日本の電機製品を信頼していて、だから買いたいといいます。
これはよく理解できます。

同じ日本のメーカーの商品であっても他国で作られたものは好まず、
あくまでmade in Japan にこだわるのです。
これもなるほど！です。

一番おもしろいと感じたのはあるコンピュータメーカーはマニュアル
を中国語で作成しました。

日本語のマニュアルを読めない中国人のために、日本のメーカーの
親切心・サービスから作ったのでしょう。

ところがその番組で買い物に来ていた中国の方は、その中国語マニュアル
が付いたPCより、日本人が買うための日本語のマニュアルが付いたPC
でないと嫌だということです。

量販店の中国語のできる店員は中国語のマニュアル付きを勧めたのですが
本人は一向に言うことをきかず、結局読めないにもかかわらず、

日本語マニュアルが付いたPCのほうを喜んで買っていったのです。

品質がいい、そしてサービスがいい、・・・これがすべていいとは限らないということはこの場面を見て私は気づきました。

読めない日本語のマニュアルが時には満足度を上げることもあるのです。

そういえば、以前本で、行列ができていたラーメン店が、お客様を外で待たせるのは悪いと感じ、改築をして席数を増やした途端に人気がなくなったという話を読んだことがあります。

このケースもすぐに座れば満足！とは限らないのです。
何分も寒い中、暑い中待つからこそ、満足感を得られるということもあるのです。

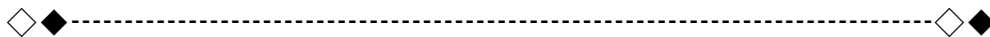
同じような話があり、私の知人でランボルギーニ社の車を所有している経営者がいます。

大袈裟ではなく、彼に会うたびにそのランボルギーニは自宅にはなく、整備工場に修理に出されています。

いつ乗るのか??と忘れてしまいますが、彼はそれで満足なのです。

ランボルギーニが日本車のように燃費がよくて故障もしなければそれほど人気でないのかもしれませんが。

便利を売る・・・決して間違いではありませんが、場合によっては今回紹介した3つの例のような「不便を売る」ということが、不況を打破する突破口になることもあるのかもしれませんが。



■ メールアドレス獲得方法～その3

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

その獲得方法を紹介します。

今回はプレゼント作戦です。まさにプレゼントをしてメールアドレスを獲得する方法です。

と言いましても商品券や粗品をお客様に差し上げる方法ではありません。

もちろんこのやり方が絶対いけないとは言いませんが、経費がかかる上にお客様からの信頼を得るのは難しいのでオススメではありません。

では何をプレゼントするのか？

それはズバリ「情報」をプレゼントするのです。

お客様が欲しい、必要だと感じるような「情報」を用意してそれをメールで送るのです。

当然お客様のメールアドレスが必要になりますから比較的簡単にメルアドゲット！となるわけです。

ポイントは送る「情報」。

一番簡単なのはレポートです。

難しく考える必要はありません。あなたの保険やお金、金融に関する考えをまとめA4用紙2～3枚にまとめればいいのです。

何か1つの保険に特化して情報を提供するのでもいいでしょう。

ある保険代理店は「一番得な海外旅行保険の掛け方」というレポートを作り多くのメルアド獲得に成功しました。

レポートの中にはどうすれば安い海外旅行保険が掛けられるかを包み隠さず情報提供しました。保障をセレクトする掛け方やネット海外旅行保険の情報そしてカードに付帯している無料の海外旅行保険についてまで触れたのです。

メルアドだけではなくレポートの配布でお客様からの信頼も得られた

と言います。

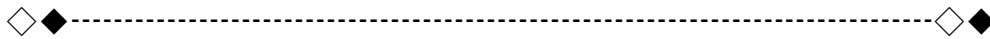
レポートを作るのがどうしてもできない、時間がないという方はホームページのアドレスを送るというもの悪くないでしょう。

例えば多くの方が関心のある公的年金。

この公的年金の概算が計算できるサイトがあります。この情報を知りたいというお客様は少なくないはずです。

「詳しいホームページの情報を送りますので・・・」と言えばメルアドを教えていただける確率は高まるはずです。

実行あるのみ。ぜひ今日から実践してください。



■保険営業ノウハウワンポイント

季節の変わり目となり最近風邪をひいている人が多いように感じます。

ここで少し考えてください。

あなたは風邪をひいて熱があり病院に行きました。
何十分も待たされて、やっとあなたの診察の順番。

症状を話して診察、最後に医師は「では薬を出しておきましょう」と言います。

たったこれだけで診察は終了。診察時間は約3分。あっという間です。

しかしあなたは診察室を出る時、医師に何と言うのでしょうか？

「ありがとうございました」

「お世話になりました」

私ならこう言います。これが普通ではないでしょうか？

長く待たされた挙句すごく短い診察時間・・・しかもお金を払っているのは自分なのに・・・感謝の言葉を医者に投げかけるはずです。そして普通、医師を「先生」と呼んで、ある意味、敬っています。

なぜこんなことが起こるのでしょうか???

実はこれはあなたが抱える悩み・問題を医師が解決・解消してくれたからです。

診察し、熱・風邪という問題を解決する手段として薬を提供してくれたからこそあなたはお金を払いながらも「ありがとう」と言い「先生」と呼びます。

弁護士に関してもほぼ同じことが言えるのではないのでしょうか。

あなたが抱える、どうしようもない悩みや問題を解決・解消に導いてくれるから、非常に高い報酬を払いながら、感謝をして「先生」と弁護士を呼ぶのです。

では医師や弁護士のように、お客様がお金を払いながら「ありがとう」と言ってくれる保険販売手法が存在したらあなたの保険営業スタイルは大きく変わらないのでしょうか??

もちろん、いきなりパンフレットや設計書を広げて保険を売り込む方法ではありません。

医師や弁護士と同じようにお客様の問題や悩みを解決・解消する営業ノウハウ。問題解決型の営業スタイルと言っているかもしれません。

これができれば、契約をもらうことは簡単になります。

それだけではなく、お金をいただきながら、あなたは確実にお客様から感謝され、場合によっては「先生」と呼ばれます。

保険を説得して売るのではなくお客様の問題や不安を解消する手段として提案するのです。

大切なのでもう一度書きます。

保険を説得して売るのではなく
お客様の問題や不安を解消する手段として提案するのです！

これであなたは「ありがとう」と言われながら保険の契約をもらう
ことができるはずです。

(文・内田拓男 アイブライツ有限公司 <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。