代理店経営情報

シンニチ代理店版

今月から、～「マーケット開拓の発想転換」で代理店経営が変わる～をテーマに激動の時代に求められる新規マーケット開拓に必要な発想転換や具体的な手法をご紹介してまいります。

「マーケット開拓の発想転換」で代理店経営が変わる 1

株式会社ブレインマークス
代表取締役 安東 邦彦

【プロフィール】
保険代理店に対して"情報提供型"営業を支援するマーケティング・コンサルタント／保険代理店のブランド化・営業の仕組みづくりを提唱している。
運営組織：保険と保険営業の社会的価値研究会
http://www.hoken-kachi.com/

「顧客に選ばれるための「ブランド」づくり」

保険代理店が存在感を持ち続けるために

今まさに保険業界は激動の時代であり、保険代理店の方々がそのことを最も肌で感じているのではないでしょうか。その変化により、業界が変わり、顧客が変わり、マーケットが変わっていくわけですから、当然、保険代理店にも変化が求められています。

しかし、実際に「どのような変化が求められているのか?」については、まだまだ不透明といわざるを得ません。その不透明さを明確にすることは出来ないまでも、顧客や市場（マーケット）と向き合うことが「保険代理店が存在感を持ち続けるため」の道標となるのではないでしょうか。

第一回は、現代に求められる「マーケット開拓」の基本的な考え方をご紹介したいと思います。

保険販売の主導権は顧客に!

今更申し上げるまでもありませんが、自由化以前は、価格統制の下、種目縦割りの商品開発・販売施策が中心であり、自動車の普及に伴い、自動車保険の紹介販売を中心に成長してきたプロ代理店の方々が多いのではないでしょうか。しかしながら、そのマーケットは過去のものとなりました。自動車の保有台数も過去5年程度はほぼ横ばいです。

そして、追い討ちをかけるように、インターネットでの保険販売、テレビ通販、銀行窓販、来店型店舗と様々な販売チャネルが成長しています。このことにより、顧客は自宅にいても、銀行に行っても、買い物をしていても、様々な場面で保険加入の機会を持てる環境になりました。

そして新たな販売チャネルは、公平で中立な立場、そして安い保険料を武器に保険代理店からの乗り換え需要や新たな顧客の囲い込みで業績を伸ばしています。

保険の販売ではなく顧客の変化に注目

では、保険代理店としてのポジションを顧客に伝え、マーケット開拓を行うためには何が必要なのでしょうか。保険代理店の方に、今後の取り組み課題について聞いてみると、「インターネットの活用にチャレンジすべきか?」「店舗販売はリスクが高すぎるが…」と販売方法に対しての興味・関心が高いように思うのです。確かに販売方法も重要なことではありますが、本当に注目すべきことは、販売方法の前に「顧客のマインドであり、購買行動の変化」なのです。ネット販売を利用する顧客の心理は? 店舗販売を受け入れるのはなぜか? ということです。

ビジネスの地殻変動 販売から購買の時代へ

この「購買行動の変化」には、現代的ともいえる特徴が見てとれます。この変化は様々なビジネスの販売方法に影響を与えるのではないでしょうか。以下に簡単にご紹介しておきます。

たとえば、顧客がプラズマテレビを購入したいと考えたときに、以前なら、事前に友人・知人や家電量販店で情報を集め、値切り交渉をして購入する程度のものでした。しかし、現代はインターネットで様々な商品性能を比較し、口コミサイトの評判を入手し、価格比較サイトで最安値をチェックして、その上で、家電量販店で値引き交渉をするのです。

ですから、顧客が購買行動を起こした瞬間というのはもうすでに、「どの商品」を「誰から買うのか」を決めている、というケースが増えています。

つまり「購買行動の変化」とは、顧客の情報感度の高まりにより、どの商品がお得なのか、どの販売店がよいサービスをしているのか、ということを事前に情報収集をし、比較検討した上で、購買を決定する傾向を強めているということです。一言で表現するならば、「販売の時代」から、「購買の時代」になったと考えてよいでしょう。主導権は顧客にあるのです。

ですから、今までと同じ考え方や手法では、なかなかうまくいかないのです。このことは保険業界も同様で、既に「顧客に選ばれる時代」へ突入しているのです。それでは、これからの保険代理店に求められるものは何なのでしょう。インターネット販売や銀行窓販に対抗して、比較市場で勝つための努力をするべきなのでしょうか。

いいえ、そうではありません。これからの保険代理店が求められるのは、「顧客に選ばれるためのブランドづくり」が必要だと考えています。

保険代理店としての「強み」や「ミッション」を明確にした上で、保険コンサルタントとしてのブランドを地域顧客に広め、保険会社のブランドとの相乗効果で顧客との満足度を高める。そして、生涯にわたって顧客をサポートし、その地域顧客の輪を拡大していくことが、プロ代理店におけるこれから求められるマーケット開拓なのです。次回からさらに詳しくご紹介してまいります。

「マーケット開拓」の基本的な考え方