

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

前回のコラムでは、保険営業の一連の流れ(「集める」、「育てる」、「契約する」、「既契約フォロー」)を細分化することの重要性についてお伝えいたしました。そこで今回は、保険営業を任組み化するために、重要な役割を担う「集める」というプロセスについて、詳しくご紹介していきたいと思います。

「集客」ができれば

仕組みが変わる!

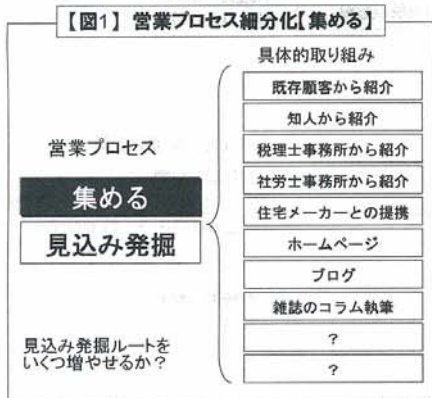
「見込み発掘ルート」を開拓していますか?

保険業界の競争が年々激しくなる中で、保険代理店の皆様は、この見込み先を「集める」というプロセスにご苦労されているのではないのでしょうか。

有望な「見込み発掘ルート」を持つことが、代理店経営の重要なポイントです。

「見込み発掘ルート」を増やすには?

【図1】営業プロセス細分化【集める】



したが、多くの方は、「知人や既存のお客さまからの紹介が中心で、それ以外のルートはない」と答えられたのです。保険業界の営業の皆様にとって、見込み発掘ルートを増やすことがいかに難しいかがよくわかります。

「見込み先」に対する「考え方」を変える！
ではこの問題を解決するために必要なことは何なのでしょう。私は代理店の皆様には、「見込み先」に対する考え方を「考える」とお伝えしています。見込み先を見

つけることが難しい現状では、「保険のニーズが顕在化したお客さま」だけにターゲットを絞るのではなく、「将来的に保険を検討するお客さま」を囲い込むことが必要なのです。

「考え方」で活動範囲が広がる
見込み先に「将来的に保険を検討するお客さま」を含めることで、活動の範囲が大幅に広がります。たとえば、ホームページやブログから保険契約を獲得することは難しくても、「将来的に保険を検討するお客さま」

なら獲得できます。いきなり保険契約を提案するのはなく、保険の加入について悩んでいる方に対して、「保険選びに失敗しない3つのポイント」というようなタイトルの小冊子やレポートをプレゼントすることで、将来のお客さまを集めるのです。

今も昔も変わらず、保険商品は専門性が高く、「誰に保険の相談をすればいいのか？」と不安を抱いているお客さまはたくさんいます。そういった方々が、今はインターネット上に溢れている

「集め方」をリストアップする！
の提携など、あげられませんがありません。

代理店の個性に合わせて
その他、ある代理店は、社労士事務所と提携して全国で退職金見直しセミナーを開催し、法人の見込み先を増やしています。不動産会社とのタイアップにより、相続対策セミナーでの講師を務め、見込み先を発掘している代理店もいます。

見込み発掘の方法は、代理店の個性によって様々です。異業種交流会への参加、小冊子プレゼント、ホームページ、メルマガ発行、ブログ、タウン誌のコラムや広告、結婚情報誌の広告、土業と

日常の業務がどんなに忙しくても、まずは、考えられる方法をリストアップして、年に一つでも二つでも新しい方法にチャレンジする必要があります。ではないでしょうか。

「マーケット開拓」の基本的な考え方

「マーケット開拓」の発想転換で代理店経営が変わる

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/>

「マーケット開拓」の基本的な考え方