

# 代理店経営情報

シンニチ  
代理店版

今回は、情報提供型の具体的なステップの第一歩である「顧客のリストアップ」についてお伝えしました。今回は、リストアップした顧客へ情報提供するコンテンツの作り方についてご紹介したいと思います。

## 情報提供コンテンツの作り方について

### 情報提供の目的を再確認

私は、企業が存在するのは、モノやサービスを売るためではなく、顧客の課題を解決するためである、と考えています。そして、そのために営業担当者、専門家となり、コンサルタントとなり、課題解決のための最善の提案をしなくてはならないのです。

様々なところで言われ続けているのは、実行できている人(企業)が少ないから他なりません。このことは保険業界でも同じではないでしょうか。保険業界でもまだまだ売込み中心のアプローチが多く、その存在を嫌がる顧客は増え続けています。だからこそ、情報提供型営業をスタートするにあたっては、徹底して顧客の課題解決に焦点を絞るべきなのです。

### お客さまが望むコンテンツとは?

では、顧客の課題を解決するための情報提供とはいったい、どのような内容なのでしょうか。様々な顧客の悩みや疑問、疑問やキャンペーンの案内など、具体的な情報提供のコンテンツに正解・不正解はないとは思いますが、様々なケースの結果、成果につながる情報提供にはある一定の決まりがあります。

### 専門家としての情報提供

そう考えるなら、あなたが提供する商品の情報に限らないでしょう。肌のキメを整えるファンデーションの活用法や美肌情報、化粧品を離れて、若さを保つ美容マッサーなどの情報でも良いのかも知れません。

こういった「お客さまは何を望んでいるのか」という視点でおこなう情報提供が、信頼を獲得しながら、あなたのファンを増やすことになるのです。

極端な例ではありませんが、顧客にとっては、提供される情報の内容と同様に、それが、どういった人からの提供なのか、ということも重要な

「売ること」にすり替わってしまうのです。「売り込み」の情報が多からこそ顧客の課題解決を目的とした情報提供を続けていくことが、顧客とあなたとの信頼関係をより強固なものにしていく

### あなたの提供する価値は?

そして、情報提供でもう一つ忘れてはならないものがあります。それは、あなたの理念やミッションを伝えることです。

### 目的は、売ることではない

多くの代理店が、「情報提供でニーズを喚起して、契約につなげよう」と考えています。時にはこのような具体的な提案も良いでしょう。しかし、毎回このような売り込み情報ばかりでは、顧客もあなたも疲れてしまいま

このように置き換えてみると、あなたが提供するべき情報も見えてくるのではないでしょうか。顧客はただ保険に加入したいわけではありませんが、保険を通して提供される価値を手に入れたいです。そう考えるなら、老後の生活資金、生活習慣病、先進医療、事故を防ぐ情報など、顧客が安心して安全な生活をする上で、必要なコンテンツはいくつもあはります。

あなたがなぜ、保険代理店を営んでいるのか? 「なぜ、保険営業を続けているのか?」についてしっかりと伝えることができれば、情報を受け取った顧客はあなたの思いを理解してくれる、あなたにとってかけがえない顧客となるでしょう。

## 「情報提供型の営業」でマーケットを開拓する方法

シリーズ2

6

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】

「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・営業の仕組み化を提唱している。著書:「営業のミカタ」  
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/>

## なぜ今、保険代理店に

## 情報提供が必要なのか?