

代理店経営情報

シンニチ代理店版

前回は、ニュースレターやメルマガで情報提供する方法についてお伝えしました。今回は書籍や小冊子を活用して情報提供の意味と価値を確認しながら、その効果を考えてみたいと思います。

保険代理店が書籍を出版する時代

書籍や小冊子のイメージがない？

「うと考えている代理店はかなりの少ないのではないですか。(図1)タイプ①)」

書籍や小冊子を活用しての情報提供は、広く多くの方に対してアプローチが可能なこともあり、かなり効果的な見込み発掘の方法であることは間違いありません。しかしながら、書籍や小冊子などを活用した情報提供を実施している、もしくはチャレンジしようとしている代理店は、その理由としては、「文章を書くことが下手」という苦手意識や、「自由に書けるなんて無理」という諦めの意識をもっていることが多いように思います。しかも、その効果を理解する努力さえも放棄してしまっているのですから、もったいないといえるのではないでしょうか。

そこで今回は、保険代理店における書籍、小冊子を活用した見込み発掘の可能性について改めて考えてみます。

見込み先の発掘方法に変化なし

保険代理業を継続的に成長させていくために、最も重要なことは見込み先の発掘であるというところは、誰もが理解している

るはずですが。しかし、不思議なことに多くの代理店は見込み先の発掘を自分自身の人脈に頼りきりたまま、新たな方法にチャレンジしようとしていないのです。

先日ある保険募集人の方から聞いた話をご紹介します。久しぶりに旧友に電話をして食事へ誘った際に、「食事はいいけど、保険には入らないよ」と言われたのだそうです。募集人の方は、「確かに少しの下心はあった、しかし、今までに友人に対して、強

引に保険勧誘をしたことなんて一度もないのに……」と肩を落としていました。しかし、本人におぼえがなくても、保険の急激な普及の過程で、強引な保険募集行為が数多く行われ、そのことが、保険募集に対するマイナス印象として残ってしまっている事実は受けとめなければなりません。

見込み先の発掘に効果的なワケ

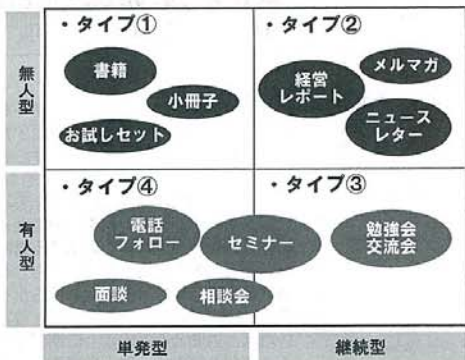
このような環境下であっても、もし、あなたが返していても結果は同じです。ですから、紹介者に代わって、あなたのことを広めてくれる書籍や小冊子などの新たな取り組みへのチャレンジも必要なのです。いきなり書店に並ぶ書籍出版を指さなくても、あなたがお客様に伝えたいことをコンパクトにまとめた小冊子を作ることにも大きな意味と価値があります。是非、あなたの思いを形にして配布してみてください。きっと新たな出会いや気づきがあるはずです。あなたが思っているほど出版も難しいことではありません。ご興味がありましたらいつでもご相談下さい。

苦労する価値がある

確かに、書籍を出版することは容易なことではありません。出版社に持ち込む企画書をつくるだけでも、一苦労です。私も書籍を出版するのに、かなり苦労しました。当初は知らないことばかりで、多くの恥をかき、失敗を繰り返しました。しかし、その苦労の結果、出版された書籍が様々な出会いのきっかけになっています。

市場が成長を続け、紹介が順調に増え続けるのであれば、このような努力は不要です。しかし、今までと同じ方法を繰り返

【図1】情報提供方法の活用分類



「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 11

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？