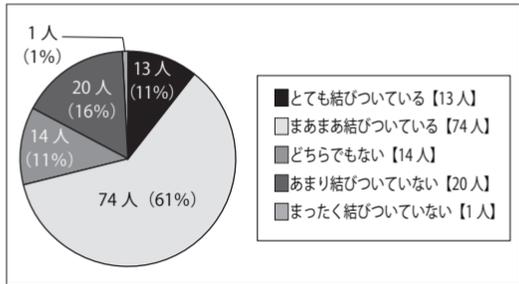


ブレインマークス

「多種目販売の実態調査」結果発表

多種目販売の取り組みに対する成果

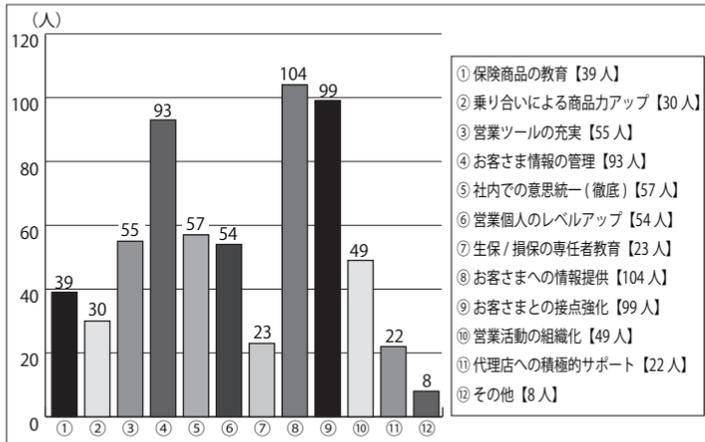


安東社長「多種目販売は成果に結びつく」

「多目種目販売」への取り組み実態についてブレインマークス(安東邦彦社長)は9月22日、代理店経営者や保険会社の関係者ら142人を対象とした調査結果を発表した。結果では、回答者の86%が「とても成果に結び付いている(13人)」「まあまあ成果に結び付いている(74人)」と答えている。結果を発表した安東社長は、損保各社では専属代理店1店当たり多種目販売率が平均2割程度といわれていることを

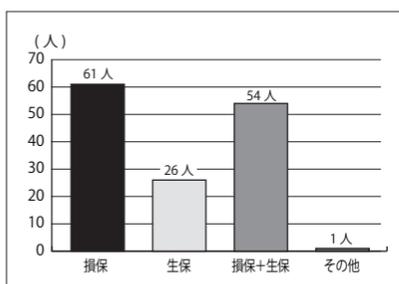
「多目種目販売」への取り組み実態についてブレインマークス(安東邦彦社長)は9月22日、代理店経営者や保険会社の関係者ら142人を対象とした調査結果を発表した。結果では、回答者の86%が「とても成果に結び付いている(13人)」「まあまあ成果に結び付いている(74人)」と答えている。結果を発表した安東社長は、損保各社では専属代理店1店当たり多種目販売率が平均2割程度といわれていることを

成果の向上に必要と考える取り組み



挙げ、「取り組みへの極化していることが浮き彫りになった。今回

回答者の主な取り扱い商品



の結果は、多種目販売をしっかりと意識して取り組みれば成果はおのずと表れることを示しているのではないかと分析している。今回の調査は、代理店が「多種目販売を実現する取り組み」や「お客さまとの接点強化」を考慮する上で必要となる基礎データの収集を目的に今年8月に実施したもの。安東社

結果では、成果に結び付いている理由として、「お客さまに提案する機会を作っているから(63人)」、「お客さまと信頼関係構築を徹底しているから(54人)」との回答が多かった。また、今後さらに多種目販売率を向上させるための取り組みとして「お客さま

結果では、成果に結び付いている理由として、「お客さまに提案する機会を作っているから(63人)」、「お客さまと信頼関係構築を徹底しているから(54人)」との回答が多かった。また、今後さらに多種目販売率を向上させるための取り組みとして「お客さま

長が主宰する「保険と保険営業の社会的価値研究会」や、発起人を務める「保険代理店経営革新アカデミー」の会員を中心にインターネットを用いて調査した。

への情報提供(104人)と「お客さまとの接点強化(99人)」を挙げる回答が多かった。一方、成果に結び付いていない理由としては、「お客さまに提案できていない」「提案力(営業力)の不足」「お客さま情報を管理できていない」などの回答が多かった。

安東社長は今回の結果について、「契約更改の連続業務などに忙殺されない仕組みづくりなど、根本的に代理店のビジネスモデルを変えていかなければならない」という意識改革が代理店・保険会社双方に求められているのではないだろうか」と総括している。