代理店経営情報

シンニチ代理店版

「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

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/

情報提供型営業のもたらす効果

前回は、「情報提供の必要性」について、多種目販売の取り組みを事例にお伝えしました。今回は、「情報提供型の営業がもたらす効果」について、「既存のお客様」、「見込み先」、「提携先」という3つの視点からご紹介してまいります。

「成果」を急ぎすぎていないか？

情報提供の活動は、直接的な販売活動を行うのではなく、「あなたの個性や存在価値、商品の優位性」をじっくりと顧客に伝えていくものです。具体的には、メール、ニュースレター、セミナー、小冊子、面談など、方法は様々ですが、「お客様の求める情報」を提供する活動です。

直接的に保険を提案する行為ではありませんから、多くのプロ代理店が、「本当に成果が出るのか」と疑問をもつのも無理はないのかもしれません。しかし、売り込みを受けているだけでは、お客様はあなたの本当の価値を理解できないのです。

「既存のお客様」への情報提供

ここから、情報提供がもたらす効果について、「既存のお客様」、「見込み先」「提携先」の3つの対象先に分けてご紹介していきます。

まずは、「既存のお客様」です。人口が減少し、新規契約の獲得が難しくなる中で、既存のお客様へのアプローチやフォローが非常に重要なものになってきています。「契約したとたんに、なしのつぶて」では、お客様も他の販売チャネルとの違いを感じることが出来ません。

しかし、契約後のフォローが充実していれば、あなたに対する信頼感は高まり、自然に紹介が増えるという現象が起こります。お客様はあなたの行動を見ているのです。

「見込み先」への情報提供

続いて、「過去に相談や問い合わせがあった方」、「名刺交換した経営者」などに対する情報提供です。この「見込み先」から、すぐに契約を獲得することを狙ったとしてもうまくいきません。ですから、「保険について、気軽に相談してくれる方を増やそう」と、肩の力を抜いて情報提供に取り組むのです。その積み重ねが、「保険の専門家」としてのあなたの存在価値を高め、自然と問い合わせや相談を増やすことにつながるのです。

「提携先」への情報提供

3つ目は、税理士事務所、社労士事務所、異業種交流会の幹事など、「提携先」に対する情報提供です。例えば、士業との提携は、紹介による利益分配だけの関係ではうまくいきません。

中途半端な紹介は、紹介者本人の信頼をゆるがす可能性があるために、リスクを冒すぐらいなら紹介しないことを選択するケースが多いのです。

ですから、継続的な情報提供を通じて、『あなたの専門知識が価値あるサービス』であることを伝えなければなりません。その価値が伝わってはじめて、提携関係のきっかけが出来るのです。

情報提供がもたらす効果

情報提供の効果をまとめるなら、「売り込むことなく、自然に契約になる」、「セールスの対象が広がる」、そして、「紹介の仕組みづくりの起点となる」ことなのです【図1】。白地のマーケットから新規開拓を続けることが益々難しくなる時代だからこそ、お客様との関係づくりを主眼においた活動が求められているのです。

【図1】情報提供型営業がもたらす効果

【視点1】既存のお客様への情報提供
- ■他の販売チャネルとの差別化
- ■情報提供によるニーズ喚起・紹介の増加

【視点2】見込み先への情報提供
- ■セールス対象先の広がり
- ■情報提供によるニーズ喚起・紹介増加

【視点3】提携先への情報提供
- ■あなたの専門知識の価値を伝える
- ■紹介の仕組み作りの起点となる

専門家としての『価値を伝達』の取り組み

ボクシングに例えると

話が変わってしまうようですが、営業活動を「ボクシング」に当てはめてみたいのです。例えば、直接的な販売活動がノックアウトを目的としたストレートとするならば、情報提供の活動は、ジャブのようなものです。ジャブは、ダメージを与えることに主眼をおかず、相手を牽制し間合いを計ることで試合をより有利にコントロールすることを目的にしています。ジャブとストレートではその役割は違いますが、効果的な試合運びをするためには、どちらも重要であることは言うまでもありません。

ボクシングの格言に「左を制する者は世界を制する」という言葉があります。これはボクシングにおいてジャブがいかに大切であるかということを指し示しています。営業においても、情報提供には同じような重要性があるように思うのです。

なぜ今、保険代理店に情報提供が必要なのか？