

代理店経営情報

シンニチ代理店版

前回は、「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つの視点からお伝えしました。今回は、情報提供型の営業に取り組んでも成果が出ない場合の問題点についてご紹介したいと思います。

情報提供型営業で

成果が出ない理由は？

お客様への「情報提供」は無駄な行動？

馴染みの難しいようでも、営業に携わっている方も、営業に携

「情報提供型営業」VS「対面営業」

さらに、信頼関係を形成するには直接会ってコミュニケーションをする

情報提供の根本的な間違い

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

情報提供は直接的な販売活動を行うものではなく、「あなたの個性や存在価値、商品の優位性」をお客様に伝える活動であることを、繰り返し述べた通りです。ここに情報提供型営業の本質があります。

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「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

3

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」VS「対面営業」

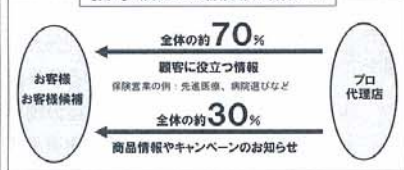
「情報提供型営業」VS「対面営業」

「情報提供型営業」VS「対面営業」

「情報提供型営業」VS「対面営業」

「情報提供型営業」VS「対面営業」

【図1】 成果をあげる情報提供の割合とは？



なぜ今、保険代理店に情報提供が必要なのか？

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから

「無駄な行動」という思考に囚われているから