

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

前回は、「高収益ビジネスモデル」に必要な条件と変革への取り組みについてお伝えしました。今回は、「高収益ビジネスモデル」を生み出すための第一条件である「最高の顧客」についてご一緒に考えたいと思います。

あなたにとっての「最高の顧客」とは誰か？

「最高の顧客」を探す

あなたにとって、顧客とはどのような存在でしょうか。「無理難題を投げかけてくる存在」でしょうか。それとも「ビジネスの支援者」でしょうか。この機会に顧客との関係性を振り返ってみてほしいのです。

「横柄な態度で接してくる」「業務範囲を超えた依頼を平然とされる」「連絡しても返事がなく、電話が回らない」といった日常的に行う顧客が、あなたにとっての「最高の顧客」ではないからです。経営者は人間的なパワーを持った人が多いので、顧客に振り回されること

「最高の顧客」とは何か？

「最高の顧客」とは、簡単に言えばあなたの会社のファン。あなたを心から欲し、あなたと商品の価値を正しく認識している人たちのことです。彼らは、たとえ高価なものでもあなたの商品・サービスを購入し続けるでしょう。それだけではなく、あなたに出会ったことに感謝すらしてくれているかもしれません。あなたの顧客の中には、

「最高の顧客」の選び方

顧客を選ぶ際、最も大切なのは「ある特定の部分で満たされていない人を見つけてください。つまり、満たされていない部分(ニーズ)を見つけてください。あなたが、その人たちの満たされていない部分(ニーズ)を注ぐのです。『市場』という言葉は、あなたの商品やサービスの顧客になりそうな人やグループを指します。地域のすべての人が潜在顧客であると考えてはいけません。あなたの代理店は、あるタイプの人たちにとっては、完璧に満たされたものになるべきなのです。あなたの会社では、「最高の顧客」を定めているでしょうか。誰にとっても「そこそこの代理店」になってはいませんか？ あなたが高収益代理店モデルを目指すなら、一度立ち止まって「最高の顧客」について考える必要があるのです。

「最高の顧客」の見分け方

「最高の顧客」の特徴

- 欲するサービスはあなたからしか手に入らないと感じている
- あなたの商品やサービスを心から欲しいと望んでいる
- 商品の価値を認め、高価格でも喜んで買う

「そうでない顧客」の特徴

- 類似サービスが他から手に入ると感じている
- あなたの会社の商品やサービスの価値を感じていない
- より低価格で購入しようとする

誰も教えなかった！ 66 保険代理店が「家業」から「企業」になる方法 シリーズ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/>

社長が3か月不在でも 持続成長する代理店を目指す！