

代理店支援の営業ツールを提供

営業コンサルティング会社である「ブレインマークス」は2001年12月に安東邦彦氏が設立した(当時の社名はエフ・ピー・マネジメント)。現在、営業コンサルティング事業以外に税理士事務所や社労士事務所のマーケティング支援を行う「工業マーケティング推進会」、保険代理店のマーケティング支援を行う「保険価値研究会」を主宰し、営業の仕組み化とブランド化に注力している。また、安東氏は「保険代理店経営革新アカデミー」の発起人の1人として保険代理店のステータスの向上と営業マンの社会的地位向上のために活躍している。

組織的マーケティング推進

安東氏が営業コンサルティング会社を起業したきっかけは、自身の苦い経験からだった。大学卒業後に、建設機械レンタル会社に営業を担当、建設現場を駆けずり回る毎日を送りながら、営業の厳しさと辛さを実感した。その後、顧客に媚びない販売手法の習得を目指し、通信販売会社を設立。

「この会社ではネットラジオ・TVショッピング、新聞・雑誌などを通じての非対面販売のノウハウ習得に没頭した。しかし、インターネットの存在を知り、流通のあり方そのものが大きく変化することを実感した。通信販売会社を後継者に任せて知人のITベンチャー立ち上げに参画した。」

「この会社ではネット電話普及のために、インターネットの将来性をテーマにした経営者セミナーを、5年間に400回も行いました。」



代表取締役 安東 邦彦

建設後、参読の設立は、この会社を設立した。創業12月、1970年大阪生まれ。2001年12月、通信販売会社を設立。2001年12月、通信販売会社を設立。2001年12月、通信販売会社を設立。

(株)ブレインマークス

12月に営業支援事業を立ち上げた。そして、多種多様な中小企業向けにセミナーを行った。「営業の仕組み作りをテーマにして、会社の業績を営業マンの能力に頼っている現状から、どう組織的なマーケティングを行えばよいかを講演しました。」

「税理士業界では、2

営業の仕組みとブランド化

顧客との信頼関係作り応援

一方、税理士事務所に入りしていると、多くの保険代理店とも知り合いになった。彼らの話を聞くと、保険業界の厳しさや営業マンの個人能力に頼っている代理店が多いことが判明した。「当社のマーケティング支援はそんな保険代理店にこそ必要ではないかと感じました。当社は中小企業を支援しており、努力して自己投資している保険代理店こそ支援先だと思いました。」

「保険業界には無縁の安東氏だったが、「保険業界を知らないからいいんだ。保険業界での成功談はすでに聞き飽きているから、他業種の成功談を

002年の広告解禁や顧問料の自由化などの規制緩和により、業界内での競争が激化して、顧問先を増やすための営業活動に悩みを抱える税理士事務所が増えたのです。そこで当社は、税理士事務所と社労士事務所に特化した営業支援を始めました。」

それが「工業マーケティング推進会」の始まりだ。現在、約200事務所が会員となり支援を受けている。

会費無料の支援団体設立

今年1月に発足した「保険代理店経営革新アカデミー」は、日本リスク総研の松本一成氏、カブトの行木隆氏、青山RMの佐野友映氏と安東氏の4名が、新たな時代に

「私のミッションは営業マンの社会的地位の向上、松本氏のミッションは保険代理店のステータスを上げたいということ



した。勉強し合うようなネットワークを立ち上げようというところになったのです。同アカデミーの大きな特長は、会費が無料であること。無料だからこそ、保険会社などの大きな組織からも影響を受けず、独自路線を歩むことが可能になる。そして全国の代理店が成功ノウハウや経験を持ち寄り、互いに切磋琢磨し成長し合える学校をイメージした。

「内容は実際の経営者の事例を物語りに書いてあり、保険の話は一切書いてありません。これを活用することで、顧客とのグリップが強化され何かあった時に思い出してもらえます。」

同会の入会金は7000円、会費は月額1万2000円。現在、新たなサービスも準備中だ。それ以外に、ツールの成功談、HPの開設、DMの活用、セミナー営業のノウハウなど顧客との接点拡大に繋がるようなテーマを設定してセミナーを行っている。

アカデミーはスタートして6カ月目だが、既に約200人が会員となっている。

今後の目標は「目標会員数は1万人ですが、まずゆつくり会員を集める場から、情報交換できる場として広く認知してもらえようように尽力したい」と結んだ。

(横口)