

# 代理店経営情報

シンニチ  
代理店版

## 戦略的思考、営業。パーソンの3つの課題 お客様に「選んでいただく」 代理店経営の全てを再構築

前回は「営業パーソン あるべきか」。一般的にの攻撃力の法則」のうち「人材の質」における「戦略的思考」について解説しました。今回は、戦略的思考、営業。パーソンの3つの課題(狙い撃ち、差別化、ナンバー主義)をもとに保険の営業パーソンに当てはめて解説をしていきます。

今回は「営業パーソン あるべきか」。一般的にの攻撃力の法則」のうち「人材の質」における「戦略的思考」について解説しました。今回は、戦略的思考、営業。パーソンの3つの課題(狙い撃ち、差別化、ナンバー主義)をもとに保険の営業パーソンに当てはめて解説をしていきます。

必要かと考えます。そして、まずは自身が勝てる場所、一番になれるところを作るといってアクションが必要で、市場や顧客、地域等、何でも良いので小さくとも自分が一番になれるところを作るべきです。また、保険を購入いただくにあたり、コト発想で、できる限り保険の効能や有効性を理解し実感いただけるような情報提供やセミナー、勉強会などの機会を積極的に提供していくべきかと考えます。

さらに、戦略的に考え、営業を展開していくために大切なことは大きく分けて2点あると考えます。1点目は「お客様を知ること」、2点目は自分を知ること」です。そのためには、自身のお客様の様や市場の状況・特性などの情報を収集するともに、既存契約の状況・特性なども分析、管理する必要があります。

強者の代理店は弱者と比べて、顧客、営業担当者数が多く、情報も豊富で精度も高いはずで、弱者の場合、そのギャップを埋める必要があります。法人や個人事業主の顧客、顧客の競合に集等について解説していきます。

保険の営業。パーソンにとっても、戦略的思考は非常に重要な要素です。消費者であるお客様が情報を入手して自分で選択してモノやサービスを購入する時代において、営業。パーソンとして「どう

①と②に天と地のような大きな差があるケースは少なく、また、保険代理店の場合、複数社の保険会社と乗合をして複数の保険会社の商品を扱えることもあり、①と②にはお客様に不安を与える要素は比較的少ないのでは

必要があり、お客様と日々接点を有する営業。パーソンのあり方を向上させたい必要があります。従って、営業。パーソンも過去の成功体験に拘らず、自身を客観的に振り返り真摯に変化していく姿勢が必要です。そして自動車保険、火災保険等の損害保険に加えて、生命保険や医療保険等の人

営業。パーソン自身の営業戦略の必要性を理解し、戦略的に考え、チャレンジしていくことは、自身の差別化(競合と比較して質面で優位)を図ることになります。既に取引のある個人や法人のお客様でも、単種目の契約者が多い現状を鑑みると、個人であっても、法人であっても、そのお客様をお守りすることができる営業。パーソンとして、指名をしてもらい、

営業。パーソン自身の営業戦略の必要性を理解し、戦略的に考え、チャレンジしていくことは、自身の差別化(競合と比較して質面で優位)を図ることになります。既に取引のある個人や法人のお客様でも、単種目の契約者が多い現状を鑑みると、個人であっても、そのお客様をお守りすることができ

# 選ばれる地域No.1 代理店づくり!

～営業戦略編～

セブンスターズコンサルティング株式会社

代表取締役 佐々木 篤史

シニアコンサルタント 平野 芳生

42

ランチェスター販売戦略、情報提供型の購買心理学を基にした循環型セールス、営業スキル研修の3つの柱を基に保険/共済代理店、営業パーソン向けに「売れ続ける仕組みづくり」の営業力強化支援コンサルタントとして活動中。独立行政法人 中小企業基盤整備機構 実務支援アドバイザー、NPO法人ランチェスター協会認定インストラクター、一般社団法人 地域活性化推進機構登録専門家、NPO法人 リスクマネジャー&コンサルタント協会 シニアコンサルタント、金融内部監査士(IIA会員)。

https://sevenstars-consulting.com/

2頁プロフィール

営業。パーソン自身の営業戦略の必要性を理解し、戦略的に考え、チャレンジしていくことは、自身の差別化(競合と比較して質面で優位)を図ることになります。既に取引のある個人や法人のお客様でも、単種目の契約者が多い現状を鑑みると、個人であっても、そのお客様をお守りすることができ

# 営業。パーソン攻撃力の法則

図表1 「営業パーソンの攻撃力の法則」と「活動の質、活動の量」

〈営業パーソンの攻撃力の法則〉 攻撃力=活動の質×活動の量

### 〈活動の質〉

#### ■人材の質

- 人柄
- 戦略的思考があるか
- 情報(収集)力、顧客管理
- スキル、モチベーションなど

#### ■活動の質

- 活動内容、攻略方針
- 活動プロセス

### 〈活動の量〉

#### ■商談回数×商談時間

#### ■活動管理

既存顧客には、他社保険代理店の複数人の営業パーソンが出入りしているわけですから、その中から、「すべてあなたに任せる」という思いを込めて、任せていただきます。強者の代理店は弱者と比べて、顧客、営業担当者数が多く、情報も豊富で精度も高いはずで、弱者の場合、そのギャップを埋める必要があります。法人や個人事業主の顧客、顧客の競合に集等について解説していきます。