

代理店経営情報

シンニチ代理店版

情報(収集)力、顧客管理項目について 決定権者を正確に把握する 予算の決定時期、方法も重要

前回は、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の決定権者を正確に把握する重要性を述べた。今回は、情報(収集)力、顧客管理項目について解説する。

1. 顧客情報の収集と管理運用も営業パーソンの重要な仕事の一つである。つまり「情報なくして戦略なし」ということでは、顧客の情報とはどういふものか、あらためて解説する。

2. 顧客情報の収集と管理運用も営業パーソンの重要な仕事の一つである。つまり「情報なくして戦略なし」ということでは、顧客の情報とはどういふものか、あらためて解説する。

3. 顧客情報の収集と管理運用も営業パーソンの重要な仕事の一つである。つまり「情報なくして戦略なし」ということでは、顧客の情報とはどういふものか、あらためて解説する。

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 43
シニアコンサルタント 平野 芳生

ランチャスターズ一歩先駆者。情報提供の質を重視し、顧客心理を基にした戦略型セールス。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の決定権者を正確に把握する重要性を述べた。今回は、情報(収集)力、顧客管理項目について解説する。

https://sevendstars consulting.com/

● 顧客情報の収集と管理運用も営業パーソンの重要な仕事の一つである。つまり「情報なくして戦略なし」ということでは、顧客の情報とはどういふものか、あらためて解説する。

● 顧客情報の収集と管理運用も営業パーソンの重要な仕事の一つである。つまり「情報なくして戦略なし」ということでは、顧客の情報とはどういふものか、あらためて解説する。

● 顧客情報の収集と管理運用も営業パーソンの重要な仕事の一つである。つまり「情報なくして戦略なし」ということでは、顧客の情報とはどういふものか、あらためて解説する。

「情報なくして戦略なし」

図表 「営業パーソンの攻撃力の法則」と「活動の質、活動の量」

攻撃力=活動の質×活動の量

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

次に、営業パーソンの身の特徴に関する情報を収集し、把握する必要がある。把握する情報は、自身の商圏分析ですが、参考までに必要項目を記載します。

1. 販売情報
● 商圏内の全顧客数、総需要、メーカー別市場シェア(商品別、顧客別)、卸売業別市場シェア、シェアの推移
● 顧客情報(事業状況、営業拠点、デリトリ、顧客の顧客、顧客の競合、業界内の位置づけ、SWOT分析、キーマン、人脈、評判)
● 顧客会社情報(営業拠点、デリトリ、キーマン、評判、セリルス、セリルス活動状況)
● 保険代理店の管理職の方には、部下である営業パーソンの面談記録を確認し、態勢整備における指導、アドバイスに活用されることをお勧めします。

2. 地域情報
● 人口(男女、年齢、職業、未婚、夜間、昼間の人口)
● 世帯(構成人数、居住形態)
● 所得(県民所得、課税対象所得)
● 産業(商店数、小売販売額、工場数、工業出荷額、事業所数)
● その他(地形、気候、消費特性、開発計画、市場体質、市場構造)

こうした情報は、一度に取れるものではありませんが、日々の営業活動を通じて、情報を集め、蓄積していくことが肝要です。さらには情報収集期間というものを設けて、情報収集を繰り返す方法もあります。



皆さま明けましておめでとうございます。昨年はコロナ禍の中、東京オリンピック・パラリンピックが物議をかもしながら開催され、日本選手団の大活躍により、コロナが一旦沈静化した緊急事態宣言が解除されたのも束の間、昨年末には国内でオミクロン株の市中感染が確認され、2022年の年明けは、不安感が払拭できない中でスタートとなっているです。

そのような中、昨年12月には保代協主催のチャリティゴール企業対抗戦という保険会社、業台別の大会が、業台56名が参加する一大イベントを開催し、参加企業からの寄付金として100万円を医療従事者に支援することができました。協会の呼びかけに多くの会員が共感いただいたこと、そして参加企業の皆さまの協力により社会貢献が果たされたことは、主催者としてのとても感慨深いところを借ります。ご参加いただいた方々にお礼を申し上げたいと思います。

さて、乗合保険代理店にとって今年はどうなるのでしょうか。ここ数年は、委託割募の適正化、保険業法改正、顧客本位の業務運営方針の公表とRPA化、パレンタインショールにポイントとデンショックと立て続けに業界変革の波が押し寄せました。そして新型コロナウイルスは、一般生活者の価値観を変え、人による集客活動を中心として成長してきた保険業界の有り方も根本的な変革を余儀なくされています。これからさらに我々乗合代理店は、顧客の価値観の変化に柔軟に対応し、募集人も経営者も変化していかなければ生き残れない時代がさらに加速して行くことは間違いないでしょう。

いよいよ、昨年の6月から開催され、協会のメンバーとして参加している生命保険協会主催の「代理店業務品質のあり方等に関するスタディグループ」では、議論と啓蒙活動をより積極的に繰り返しながら「あるべき乗合代理店の理想像」を追求していく所存です。過去の歴史を振り返ると、銀行・証券・保険と年々その取組が激しくなっており、金融分野の中で保険代理店の評価付けが低下して見られましたが、しかし、世帯加保率は依然高く、保険の必要性は国民に十分浸透しています。保険商品は「民間保険」の改正案が出されています。もともと公的保険制度の補完として存在している「民間保険」の業界は社会から認められている。そのためにも、基本理念を意図的に業界を健全化し、家族把握義務や募集人教育の中で浸透をはかるという方向が徹底されるよう期待されています。

この二つの課題をクリアした先に業界の未来があります。そのためにも、取組みは、乗合募集人一人ひとりが、乗合代理店「真の顧客本位」とは何か、その自覚を持って前向きに「真の顧客本位」を取り組んでいくことが求められます。皆さま、本年もどうぞ価値を再構築していく絶好の機会ではないでしょうか。本年も引き続き、金銭の指し示す動向を巧

金融庁の指し示す動向をウォッチし「あるべき乗合代理店の理想像」を追求

協理 理事 堀井 計

乗合代理店の価値を再構築していく絶好の機会

「真の顧客本位とは何か」の原点に立ち戻って

さて、乗合保険代理店にとって今年はどうなるのでしょうか。ここ数年は、委託割募の適正化、保険業法改正、顧客本位の業務運営方針の公表とRPA化、パレンタインショールにポイントとデンショックと立て続けに業界変革の波が押し寄せました。そして新型コロナウイルスは、一般生活者の価値観を変え、人による集客活動を中心として成長してきた保険業界の有り方も根本的な変革を余儀なくされています。これからさらに我々乗合代理店は、顧客の価値観の変化に柔軟に対応し、募集人も経営者も変化していかなければ生き残れない時代がさらに加速して行くことは間違いないでしょう。

いよいよ、昨年の6月から開催され、協会のメンバーとして参加している生命保険協会主催の「代理店業務品質のあり方等に関するスタディグループ」では、議論と啓蒙活動をより積極的に繰り返しながら「あるべき乗合代理店の理想像」を追求していく所存です。過去の歴史を振り返ると、銀行・証券・保険と年々その取組が激しくなっており、金融分野の中で保険代理店の評価付けが低下して見られましたが、しかし、世帯加保率は依然高く、保険の必要性は国民に十分浸透しています。保険商品は「民間保険」の改正案が出されています。もともと公的保険制度の補完として存在している「民間保険」の業界は社会から認められている。そのためにも、基本理念を意図的に業界を健全化し、家族把握義務や募集人教育の中で浸透をはかるという方向が徹底されるよう期待されています。

この二つの課題をクリアした先に業界の未来があります。そのためにも、取組みは、乗合募集人一人ひとりが、乗合代理店「真の顧客本位」とは何か、その自覚を持って前向きに「真の顧客本位」を取り組んでいくことが求められます。皆さま、本年もどうぞ価値を再構築していく絶好の機会ではないでしょうか。本年も引き続き、金銭の指し示す動向を巧