

代理店経営情報

シンニチ代理店版

強者の立場を活かし「数打てば当たる」大規模かつ成長性高い市場で重点的に営業活動を行う

今回も、引き続きフロンティア戦略の基本戦略と五大戦法の活用について、法人営業を担当する保険代理店の営業パーソン(新人)を題材に解説をします。今回は弱者の戦法である「一騎打ち戦」について解説しましたが、今回は強者の戦法である「確率戦」について解説します。

今回の強者の戦法は、規模が大きい、もしくは成長している企業を重点的に訪問し、提案活動を行うことが「確率戦」です。

「確率戦」とは、強者の立場を活かし、「数打てば当たる」という攻め方です。営業パーソン個人がある特定のエリアで強者の立場になることは稀有なケースと思われま

す。現実的には勤務する保険代理店や取扱保険会社、最も分かりやすい事例で

「自社の力を重複化させる」「販売チャネルの重複化」「フルライン戦略」も「確率戦」ですが、

「自社の力を重複化させる」「販売チャネルの重複化」「フルライン戦略」も併せて開拓し、増やしていく。あるいは、該当地域を複

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

48

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氏プロフィール

強者の戦法 「確率戦」

(図表1) 弱者と強者の基本戦略と五大戦法

弱者		強者	
局地戦	<ul style="list-style-type: none"> 地域を限定 市場を絞る 勝ちやすい場所で勝つ 地元/地盤を強化 狙い目：点の構造、死角盲点を突く うちの体質を狙う 攻略順：点→線→面 地域担当制が基本 	広域戦	<ul style="list-style-type: none"> 地域を広く展開(全国、グローバル) 広域戦的な地域を重視 市場の規模、成長性、代表性を重視 面の市場を重視
一騎打ち戦	<ul style="list-style-type: none"> 一社独占、または競合数の少ない市場や顧客を攻める 競合会社別に対策をする 	確率戦	<ul style="list-style-type: none"> 規模が大きく、成長性の高い市場や顧客を狙う 自社の力を重複化させる フルライン戦略 販売チャネルの重複化
接近戦	<ul style="list-style-type: none"> 営業担当者の訪問販売 直接販売を重視 間接販売の場合は川下作戦を重視 Aa率を重視 一匹狼的な顧客を重視 	遠隔戦	<ul style="list-style-type: none"> 広告などで指名買いを促進、または反響営業 間接販売を重視 カバー率を重視 リーダー的な顧客を重視、頂上作戦

社の商品を拡販していくのであれば、最初は特定の商品を中心に拡販していったとしても、早い段階で「フルライン戦略」、つまり、全商品で勝負する活動に切り替えることです。

お客さまのニーズに応じて、何か商品の販売につながるという考え方で

す。本来、法人・個人を問わず、お客さまをお守りすることが保険代理店の使命ならば、お客さまが抱える全てのリスクに

対して、安心・安全な仕組みを提供することが求められます。

今回は、弱者の戦法である「接近戦」について解説をします。

弱者		強者	
一点集中主義	<ul style="list-style-type: none"> 事業の集中化、専門化 特定の市場、顧客層、地域、商品に集中 	総合主義	<ul style="list-style-type: none"> 事業の総合化、多角化 市場、顧客層、地域、商品を幅広く展開 物量戦(広告、流通チャネル、営業) 最高立地に最大規模の店・売り場を持つ
陽動戦	<ul style="list-style-type: none"> ゲリラ戦(強者のしたくない、できないことをやる) 情報戦(自社の戦略意図を秘匿する) 	誘導戦	<ul style="list-style-type: none"> 先手を打つ(差別化) 自社に有利な土俵に誘導(低価格競争など) 総需要の喚起