

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

前回は、新規開拓4回訪問の原則のうち、「原則2:アプローチ、ヒアリング」について解説をスタートしました。今回も、引き続き、解説を致します。

訪問先の事前調査等、事前準備や訪問目的の明確化が完了すれば、次に以下の準備が必要になります。

1. アプローチの具体的な方法
2. ヒアリング
3. ヒアリング項目
4. 頭在ニーズと潜在ニーズ

前回はお役に立てるのか、自社は何かできる会社なのか、自分自身はどのような営業、パーソンなのか、自分自身はどのような営業、パーソンなのか、分かります。訪問先に明快に伝わるトークや使用するツールを準備する必要があります。そして、事前準備で入手した情報を基に訪問先企業に合わせてカスタマイズすることが肝要です。事前に訪問先企業のことをしっかりと調査してきているという前向きで誠実な姿勢が伝わるように配慮することが大切です。

肝心なことは、お客様を訪問する前に自身で十分にロールプレイングをすることから実践に臨むことです。プロフェッショナルである以上、しっかりと練習をしてから本番に臨むのは当然ではないでしょうか。プロのスポーツ選手が毎日のトレーニングを欠かさないことと全く同じです。何のトレーニングもせずいきなり本番に臨むのはお客様にも失礼になります。

また、準備したトークやツールの説明に夢中になって一方通行の会話になってしまいうケースも多々あります。初回訪問が

【場の設定】
1. あいさつの6か条
2. 気配の
3. パーミッション(承諾)が
4. 「場の設定」が
5. 「時間の承諾」(パーミッション)
6. 時間10分程、宜しいでしょうか)
成績不振の営業パーソンは、「場の設定」ができていないことがありま

「自分にとって有益な」となだ！と感じない限り、どのような話であっても耳に入っていないものです。営業パーソンの独りよがりの話では、ほとんど理解できず、記憶にも残らない可能性があります。また「時間の承諾」を取ること、とても大切です。お客様は「この営業パーソンの話をどれくらい聞かなければならぬのだらう」と気になるものです。最初にお客様の時間をどれだけ頂くのかをご理解頂ければ10分か、じゃあ、話を聞いてみるか」と考えて頂けるのではないのでしょうか。

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

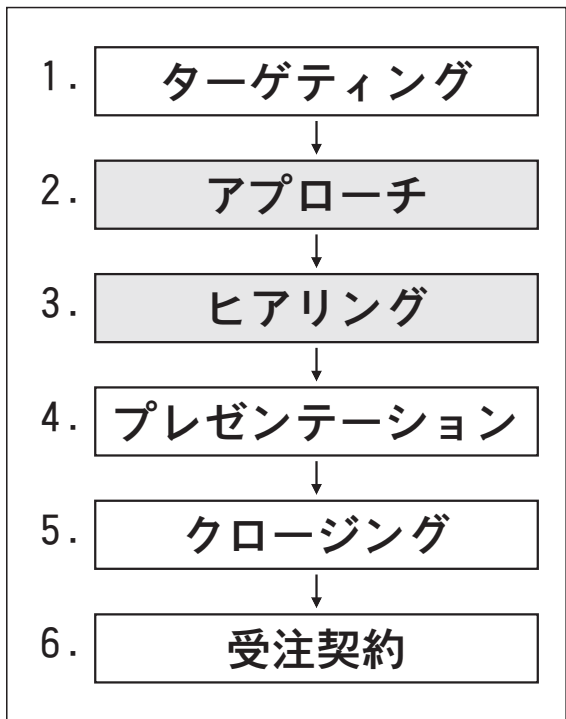
シニアコンサルタント 平野 芳生

57

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 中小企業アドバイザー、NPO法人ランチェスター協会認定インストラクター(理事)、一般社団法人 経営継続事業推進機構 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

図表 1. 新規開拓4回訪問の原則における営業プロセス



次回も「場の設定」の続き等、「原則2:アプローチ、ヒアリング」の解説を致します。

新規開拓4回訪問の原則