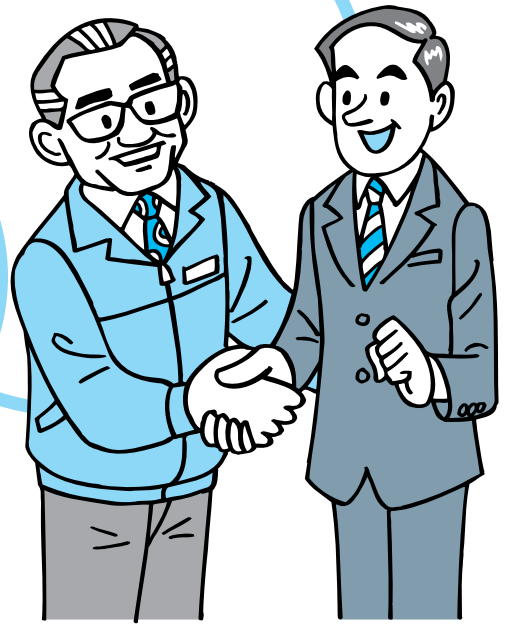


法人開拓と 決算前の アプローチ

保険の話を聞いてくれる経営者を、一人でも増やしたい——。そのためには、どのような方法が求められるのだろうか。効果的な法人開拓法と、経営者の関心を引く「決算」をテーマにしたアプローチ法、モデル提案の3本立てで、実践的な営業手法を探っていこう。



7 法人開拓のアイデア

文●新井未知

自力で中小企業基盤に挑戦する

営業範囲を広げるため、中小企業開拓に取り組んでいる人も多いだろう。ここでは、見込企業の具体的な探し方と、基盤開拓のプロセスを紹介したい。

そもそも見込企業がない！

最初は、「見込企業など、どこにあるの？」などと思ってしまうのも、当然かもしれない。やったことがないのだから、成功体験もない。

「うまくいきそうな企業＝見込企業」と考えてしまうとあきらめてしまいがちだが、基準を変えて「従業員を知っている企業」「よく行くお店」ぐらいに考えると、数はドーンと増えるはずだ。

- 実家や親せきが営んでいる店
- 休憩のときに行く喫茶店
- 髪を染めに行く美容院
- ワイシャツを出すクリーニング店

あらい・みち◎

小誌で「納得！ 今日から役立つ営業ヒント」連載中。大学卒業後、大手生命保険会社入社。企業職域を中心に、トップクラスの販売実績を持つ。

このように頻繁に利用するお店なら、だれでも心当たりがあるだろう。そこで領収書をもらうときに名刺を出して、「よろしくお願ひします」とさりげなくアピールするのも一つの方法だ。

企業は、取引を通じてさらにたくさんの企業とつながっている。包装紙や紙袋、コピー機のメンテナンス、事務用品、製品の材料など、相当数の企業がかかわっているのだ。店舗のオープン時には、その店の関連企業がお祝いに花を贈るので、出入りする企業名をチェックしておくことができる。このような取引先企業を紹介してもらうのも、成功への近道だ。

逆に「今度、店をリニューアルしようと思ってるんだけど…」などという話を聞いたら、リフォーム関連の内装屋、インテリアコーディネーター、カーテンやカーペ

ット、家具などを取り扱う企業を紹介して、双方から喜ばれるようにするのも効果的だ。

情報をうまく活用することで企業の役に立つことが、法人開拓の第一歩なのだ。

見込企業を探すヒント

◎リストをフル活用しよう！

身近な企業だけでなく、さまざまなリストから見込企業を見つける方法もある（個人情報の取り扱いに注意）。

例えば、青年会議所に所属している既契約者の一覧表を使ったり、会社のパソコンで地域や人数規模などの要件を絞って企業を検索してリストアップする方法がある。このような機能を使いこなすのが苦手だとしても、どんな検索要件があるのかぐらいは分かっていた方が便利だ。

◎広告もチェック！

そのほか、簡単に企業の情報を入手する方法として、『会社四季報』などの出版物を利用したり、企業のホームページを見たりすることがある。訪問前の予備知識として、その会社の業種や取引先などを確認しておいたほうがよいだろう。

また、求人広告などもチェックしてみよう。「人手を欲しがっているのならば、きっと業績も良いはず！」と予想がつく。

◎営業案内は宝だ！

ある銀行の営業マンの話だが、彼は会社同士を引き合わせる仕事が仕事の7割を占めている。企業に行ったら、営業案内をもらうことは何があっても忘れない。それが宝になるとまで言っていた。

わたしが企業職域の出入り許可のことで人事部の担当者に会ったときでも、「御社のお役に立ちたいと思いますので、営業案内かパンフレットのようなものがございましたら、いただけますか？」と丁寧にお願ひすれば、喜んで持ってきてくれるが多かった。いや、喜ばれないことなどなかった。

それを持ち帰って、次の作戦を考えよう。何か事業提携などにつながりそうであれば、相手企業の営業担当者を紹介してもらうために改めてアポイントを取る。

◎助成金や年金の情報

相手が人事関係者ならば、助成金や年金の情報はとても喜ばれる。

助成金であれば、労働基準監督署に行くと、だれでももらえるパンフレットが無料で置いてあるはずなので、これで少し勉強してみよう。企業によっては実際に支給される要件を満たしていないこともよくあるため、話すときは「これがもらえますよ」ではなく、「こんな内容の助成金が支給される場合があるのをご存じですか？」と、相手の興味を引く話題づくりに役立てよう。

また、自社商品を売ろうとすると身構える相手でも、公的な社会保障制度の説明には抵抗感を持たないことが多い。

そこで、まずは公的年金の話題を切り口に、中退共や国民年金基金のパンフレットを持参するのも効果的だ。医師や税理士にも協同組合のような年金制度があるので、それをきっかけに訪問する手もある。

法人営業で覚えておきたいこと

◎企業といえども個人

前述の銀行営業マンは、「企業といえども個人」と心して法人営業に当たっているという。熱心な態度や素早い対応で、「最も信頼できる人物」と担当者に評されることが、ビジネスチャンスにつながるのだ。

しかも、普通の銀行マンは財務部や経理部を相手に訪問するものなのに、彼はまず営業部を直撃するという。営業先を紹介することで、営業部の人間に信頼されるように努力するというわけだ。それにより「この担当者とは大切に付き合おう」という気持ちにさせて、財務担当者へつないでもらうという作戦である。

もちろん、その後の商談はほとんどうまくいくという。

* * *

ビジネス感覚がないと、必要以上に提案を遠慮したり、ためらってしまうこともある。何より「よし！ やってみよう！」という行動力が肝心だ。

個人保険で成功している人ならきっと、「法人営業の方が簡単だ！」と思うに違いない。

本稿は、『本気で成功する保険営業』（新井未知著・小社刊）から一部抜粋して再構成したものです※1。

※1 この本を5名さまにプレゼント。巻末の「プレゼント付読者アンケート」でご応募ください。(12月末日必着。当選発表は発送をもって代えさせていただきます。)