

プロのコーチ × 有名FPが教える 顧客対応力向上のための 「ライフプランコーチング」

ビジネスコーチ株式会社 代表取締役 **細川 馨** × 千葉商科大学大学院 教授 **伊藤宏一**

編集部より 「顧客の心をつかみ、信頼を得るスキルが1日で身につく！」セミナーがあるという。そんなことが本当に可能なら、苦労はしないと半信半疑で調べてみると、どうやら「コーチング」の手法を「ライフプランニング」に応用し、体験を通して「学修」するセミナーのようである。ビジネス誌の横綱『日経ビジネス』とタイアップしているのも強みだ。しかもFPのための継続学習プログラムでもあるという。同セミナーのカリスマ講師お二方に、セミナーの内容の中から、保険セールスに役立つヒントを少しだけ紹介いただいた。

今、なぜライフプランコーチングなのか？

金融商品取引法施行後の今、FP（ファイナンシャル・プランナー）はもとより、生保セールスマンにとっても、顧客のライフプランを支援し、ライフプランに沿ったファイナンシャル・プランニングを行うことができる実務能力の向上が求められています。

いかに顧客の真のニーズを引き出せるか、そしてそれを実現するための具体的な提案ができるかが、売れるか売れないかのポイントになっていることは言うまでもありません。顧客の真のニーズを引き出す、言い換えると腹を割って話をしてもらうためには、顧客との深い信頼関係がないとできません。

そのために必要なのが「ライフプランコーチング」です。ライフプランコーチングとは、「顧客と信頼関係を作り、顧客が自分のライフプランに沿って自発的に問題解決の方向付けをする行動を促す」ことを言います。

顧客と信頼関係を迅速に作るための接し方・コミュニケーション方法については、営業の場面や部下育成というマネジメントにおいても非常に有効ですので、覚えておくことをお勧めします。

苦手な顧客の原因が分かる 4つの行動傾向

人間は、さまざまなパーソナリティがあります。苦手な

人、馬が合わない人に対して、コミュニケーションが億劫になったりしたことはないでしょうか。あるいは、自分の言っていることが伝わらない、顧客の言っていることが分からないということを経験したことはないでしょうか。

相手を変えることはできませんが、こちらが相手に合わせたコミュニケーションを取ることで、迅速に信頼関係を構築することができます。そのヒントになるのが、次に紹介する4つの行動傾向です。

<4つの行動傾向>

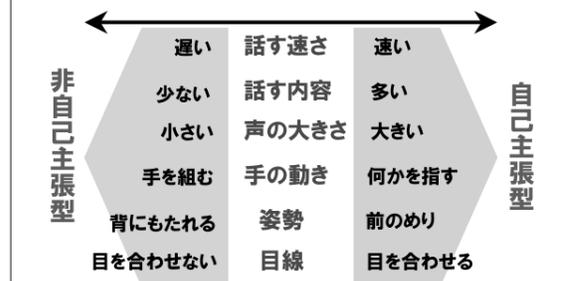
「自己主張レベル」と「感情表現レベル」の行動特性から、現実派・理論派・社交派・有効派という4つのタイプに行動傾向を分けることができます。

まず、**図1**、**図2**を見て、あなた自身が「自己主張型」「非自己主張型」のどちらの傾向があるか、そして「感情表現型」「非感情表現型」のどちらの傾向があるかを考えてみてください。さらに、2軸で分けられた、4つのセグメント(**図3**)のどこに入るのでしょうか。

それぞれの行動タイプの特徴は、**図3**の通りです。端的に各行動タイプの説明をしますと、次の4つになります。

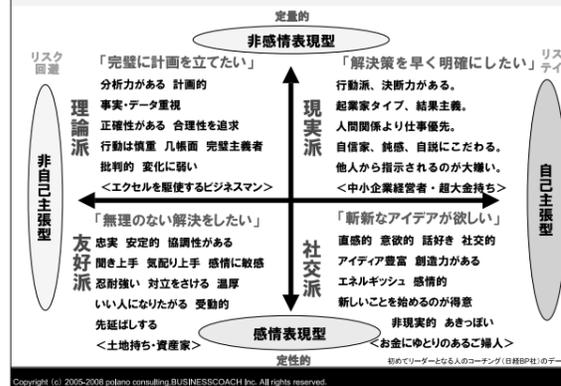
- **現実派**のキーワードは「支配」。誘導されることが大嫌いなので、話の主導権を持たせ、自己決定させることが大切です。中小企業の経営者に多いタイプです。
- **理論派**のキーワードは「失敗」。失敗を恐れ、綿密な準備と計画を立てる傾向にあります。エクセルを駆使するサラリーマン、というイメージです。

図1:『4つの行動傾向』の見分け方①「自己主張レベル」



※参考: "Personal Styles and Effective Performance" (D.Merrill)
Copyright (c) 2005-2008 pdano consulting.BUSINESSCOACH Inc. All rights reserved.

図3:『4つの行動傾向』



※参考: "Personal Styles and Effective Performance" (D.Merrill)
Copyright (c) 2005-2008 pdano consulting.BUSINESSCOACH Inc. All rights reserved.

- **社交派**のキーワードは「自由」。目立つことが大好きで、明るい人、話好きの人です。まずは自由に話をさせ、十分聞いたうえで本題に入ると話がスムーズに進みます。
- **友好派**のキーワードは「和」。聞き上手、コンセンサスを大切にする人で、大きなリスクを取らない傾向にあります。意外と、資産家の方に多いタイプです。

さて、あなたはどのタイプだったのでしょうか。そして、あなたが苦手と思っていた人は、どのタイプの人が多かったのでしょうか。もしかすると、相手が嫌がるコミュニケーションをしていたために、歩み寄りができていなかったのかもしれませんが。相手のタイプに応じてコミュニケーション方法を変えることで、その効果は格段に向上します(**図4**参照)。

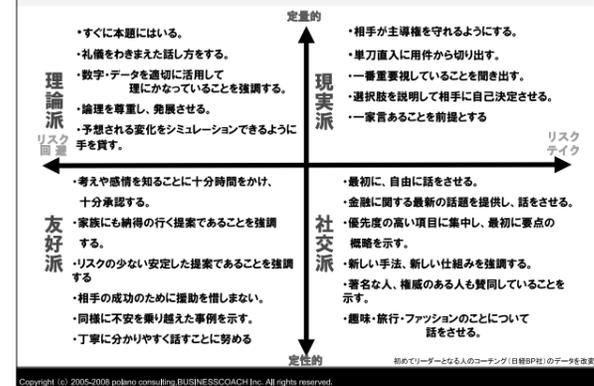
まずは身近な人と、お互いにどのタイプに見えるのかをチェックしてみると、自分自身について新たな発見があるかもしれません。そしてセールスの場面で、相手がどのタイプなのかを見極め、効果的なコミュニケーションを取ると、「自分のことをよく分かってくれる」と相手に思っ

図2:『4つの行動傾向』の見分け方②「感情表現レベル」



※参考: "Personal Styles and Effective Performance" (D.Merrill)
Copyright (c) 2005-2008 pdano consulting.BUSINESSCOACH Inc. All rights reserved.

図4:『行動傾向』別 効果的なコミュニケーション方法



※参考: "Personal Styles and Effective Performance" (D.Merrill)
Copyright (c) 2005-2008 pdano consulting.BUSINESSCOACH Inc. All rights reserved.

もらうことができ、真の信頼関係が構築できます。

あなたも顧客も話したい

前項までは、ライフプランコーチングを進めるための基礎知識です。ここからは顧客との対応におけるライフプランコーチングの実践方法について解説します。

こんなことは思い当たりませんか。顧客と対面すると、何よりも自社の新しい商品や情報を提供したくなる——それが、生保セールスマンの性です。一方、顧客はどのようなことを求めて、会ってくれているのでしょうか。

まず、前提として押さえておきたいことは、金融知識は絶対的にこちらの方が多くということです。主婦の方はもとより、一般のサラリーマンでも、金融知識はあまりないケースが多いでしょう。このことを頭では理解できている、行動に移せている人はどれくらいいるのでしょうか。目の前に顧客がいると、セールスマンとしてどうしても自分の知識や情報を伝えたいくなるものです。コーチングとは逆