

紹介が出る セールスマンは どこが違う？ PART II

紹介の達人三人衆（**牧野克彦氏** **山下義弘氏** **神尾えいじ氏**）
が伝授する「**お客さまのハートをつかむセールスマン**」は
ここが違う！

今年2月号特集「紹介が出るセールスマンはどこが違う？」が好評であったことから、その続編を企画しました。生保セールスマンが最初にぶち当たる壁といえば、皆さんご存知のとおり「見込み客開拓」。今回は、「紹介獲得」セミナーの講師として引っ張りだこのお三方——牧野克彦氏、山下義弘氏、神尾えいじ氏——に寄稿いただくとともに、座談会に出席いただき、お客さまから継続して紹介をもらえるような生保セールスの仕組みづくりについてアドバイスをいただきました。

第1章

見返りを求めず周囲の人を応援することで「応援される人」になろう！



(株) インベリアル・サポート 代表取締役 ● 神尾えいじ

どんな仕事をしていても 紹介が出てくる「応援団」

「神尾さんがやるビジネスだったら応援するよ！」と相手の方から本気で言ってもらえるようになることが紹介をいただけるコツだと思います。そうなるために、いつも「応援してください」「応援団になってください」という気持ちで私は接客しています。同時に、自分自身も常に応援されるような人でいられるように努力しています。

この考え方は、一度身に付けると紹介される数は飛躍的に多くなります。なかには、初めてお会いした方でもその場で何人も紹介をしてくださることがあるぐらいです。それだけパワフルな手法です。

ところが、この「応援されるような人になる」という方

法は、言ったり書いたりするほど簡単ではないのも事実です。「応援してください」と言うだけではダメなのです。むしろ言わずとも振舞いだけで伝える技術と言ってもいいかもしれません。そんな手法だからこそ、生命保険の営業の方々に受け入れられているように思います。

誰かを応援してあげることで 応援されるキャラクターを学ぶ

では、具体的にどうすれば応援されるような人格を身につけることができるのか。私がやってきた方法の一部をご紹介します。

最も簡単な方法は、「身近にいる誰か（家族以外の知人）を、見返りを求めずに応援してあげる」ことです。この「見返りを求めず」というところがポイントです。ビジネス

第2章 誰にでもできることを 誰にもできないくらいやろう！

(株) ウイッシュアップ 代表取締役社長 ● 牧野克彦



徹底する、継続することが大事

お客さまに紹介依頼をするということは、「あなたの人脈を私に使わせてください」というお願いをすることです。

お客さまに限らず、人は自分が信頼していない人を大切な友人・知人に紹介することはありません。ですから、紹介を獲得するためには、お客さまから「信頼していただく」ことが前提条件となります。

営業マンは「お客さまの信頼を勝ち取れ」と教育されることが多いのですが、では、お客さまから信頼を得るには、具体的に何をすればいいのでしょうか？ 私は長い間この答えを模索してきました。そして高い確率で信頼関係を築く方法を発見し、実践しました。おかげさまで、今では見込み客に困らなくなりました。

その方法とは、「誰にでもできることを、誰にもできないくらいやる！」ということです。私は以下の4つをお客さまに対して行うことを決め、徹底的に取り組みました。

1. ハガキをこまめに出す
2. バースデーカードを出す
3. 定期的に一方向的に情報を届ける
4. メールマガジンを配信する

それでは順を追って説明していきましょう。

ハガキをこまめに出そう

① 紹介されたら、まずハガキで挨拶する

紹介をいただいたら、紹介先のお客さまに電話をする前にまず1枚ハガキを出します。

「この度、〇〇さまよりご紹介いただきました牧野克彦（フルネーム）です。近々アポイントのために電話いたします。その際にご都合の良い日時をお知らせさせていただきます

ようございます」

この1枚のハガキを出すか出さないかで、電話をした時のお客さまの対応が全く違う気がします。ハガキを出してから3日後に電話するのが最適のように思います。

② アポイントが取れたら、ハガキを出す

アポイントのためにお客さまに電話をします。生命保険の話で会いたい旨を明確に伝えます。「とりあえず会いましょう」と言っているのは、アポイントは取れません。アポイントは1週間後をめどに取ります。

「この度は快く面会の約束をいただきましてありがとうございます。〇月〇日〇時に伺います」

そして、アポイントのお礼と日時の確認のハガキを出します。この1枚でアポがキャンセルされる確率はほぼ『0』になりました。

③ 初めての出会いの後に、ハガキを出す

初回面談の後、すぐにハガキを出します。

「出会いに感謝。お目にかかれたことをウレシク思います」

大きな字でこれだけ書いて出します。これが意外に好評なんですね。ポイントは「すぐ書く」「すぐ出す」です。

④ 2回目の出会いの後にも、ハガキを出す

具体的には、何かお客さまの特長をつかんで褒めるハガキを出します。何でも良い訳ではありません。よく観察してきちんと褒めることです。例えば「奥さまに入れていただいたコーヒーとても美味しかったです」など、たった1行で良いのです。心を込めて褒めましょう。

P.S. 初めての出会いの時に気づいたお客さまの特長を褒めた4通のハガキを、まとめて書いておいてください。

さらに、1月から12月まで月別のファイル等を作って置き、先ほどのハガキを3カ月ごとに分けて入れておきます。これで年間4枚のハガキがお客さまに定期的に届くことになります。

第3章 お付き合いしたい社長さんに会って、真剣に話を聞いてみよう！



(有) ビー コーポレーション 代表取締役 ● 山下義弘

自分“を”知っている人を増やす

「営業」という仕事をはじめた時に、私はある方から「見込み客開拓」について、とても大切なことを2つ教えていただきました。

1つめは、「が・を～の法則」です。「自分が知っている人」よりも「自分を知っている人」の数を増やのが、営業の王道であるということです。

そこで、飛び込み、テレアポ……というように、見込み客開拓のための方法をリストアップし、この法則にどれが最適か考えてみました。すると、リストの中で「紹介・口コミ」だけは、自分のことを知っていただかないと発生しないことがわかったのです。

そこで、他業種における紹介・口コミなども調べてみて、重要なことがいくつかわかりました。ただ自分のことを知ってもらっただけでなく、「肯定的な形容詞」が自分の前に付いていないと紹介・口コミは発生しないということです。

例えば、「いつも親身になって一生懸命な〇〇さん」というように、その方の記憶に、自分のことが好印象でインプットされていないと、紹介・口コミはしてもらえないわけです。

そして、紹介・口コミをアナウンスしてくださる方の「バックボーン」(その方の人間力や影響力、人脈など)がとても重要だということです。「〇〇さんの紹介だから…」というように、同じ人間が会いに行くにしても、紹介者のバックボーンによって紹介先の対応が変わるものです。さらには、誰の紹介かでその後の展開や広がりも随分と違ってきます。

では、好印象を与えるにはどうすればいいか？ バックボーンのある方とどうやって出会えばいいのか？ 私はそこで壁にぶつかりました。

「トップ営業マン」をねらえ

答えは、2つめの教えの中にありました。その教えとは、「今まで出会った方、今から出会う方に対して決して“売り込まない”“見込み客扱いしない”こと」です。

「損か・得か」ではなく、今後の自分の人生においてお付き合いしたい方か？ それともしたくない方か？ そういう基準で判断するということです。

そうすると、「好き・嫌い」で相手を判断するようになり、営業において人間的に好きな人に出会えば、自然とその人のことについて興味を持ち、職業や地位などは意識しなくなります。

言いづらいことですが、「営業」というだけで世間一般の印象はあまりよくありません。ましてや「保険の営業」ともなると、どのように思われているかご存知のとおりでしょう。

しかし、その一方で「信頼がおける」「さまざまな情報がある」「人脈が多い」「何ごとにも真剣な」などの肯定的な形容詞がつく、評判の良い営業マンがいるのも事実です。この方々は、「売れ続けている」営業マン、いわゆる「トップ営業マン」なのです。では、どこにでもいる普通の営業マンとトップ営業マンとではどこが違うのでしょうか。

さまざまなことを調べているうちに、紹介・口コミをアナウンスされる方と、売れ続けているトップ営業マンの方には、共通する要素がたくさんあることがわかりました。そして、私自身のことを多くの方に知っていただくには、トップ営業マンといわれるような方と知り合いになり、好印象を持っていただくことが効果的であるということに行き着きました。

しかし、また壁にぶつかりました。世間でいうトップ営業マンの方と、どこで、どのようにすれば出会えるか？ という壁です。

第4章

座談会

紹介の達人三人衆、大いに語る。 継続的に紹介が出る仕組みは どうしたらできるか？

生保セールスパーソンにとって永遠の課題である「紹介獲得」。その紹介を継続的、安定的に得られる方法はあるのだろうか？ 仮にあったとしても、生保業界を見渡してみればわかるように、ひと握りの優績者にしか実現できていないように見える。ということは、方法はあっても難易度が高く、困難なものなのか？

第4章では、紹介獲得のアドバイスを執筆いただいた“紹介の達人”お三方にお集まりいただき、座談会を開催。「継続的に紹介が出る仕組み」についてそれぞれの持論を語っていただき、談論風発となった。三者三様のやり方、考え方はあるものの、共通するものも数多くある。そこから読者自身に合った方法をすくい取り、実践してもらえれば幸いである。



出席者 ● 牧野 克彦氏
山下 義弘氏
神尾えいじ氏 (司会・構成：荒明孝昌)

嫌いなタイプの人とは付き合わない、 Noと言える勇気を！

——お三方は以前から交流があったそうですが、知り合ったきっかけは？

牧野 お2人とはある方の紹介で知り合いました。このメンバーを組み合わせたら面白いだろうと引き合わせられたのです。実際にお付き合いしてみて、それぞれの考え方、やり方にお互いが刺激を受け、学ぶことは多いですね。

神尾 山下さんとの出会いは、牧野さんの紹介によるものです。牧野さんの紹介だから、山下さんとはお会いする前からきっと好きになれるだろうと思いました。

山下 会った瞬間に気が合い、盛り上がりましたね。牧野さんのように自ら紹介を積極的にする人は、紹介されることも多いですね。

——出会いからお互いに好印象を持ち、損得抜きにお付き合いされているとのことですが、逆に、自分の好みに合わない人に会った場合はどうされるのですか？

山下 かつての私は損保の営業で面倒なお客さまを抱え、トラブルで苦労しましたから、お客さまを選ぶようにして

います。ごくまれにですが、ご紹介でお会いした方がどうしても自分とは合いそうもない方ということがあります。その場合、紹介元に悪いからと、自分の信念やポリシーを曲げてまで付き合う必要はないと思います。

——合うとか合わないという、選ぶ際の基準があるのですか？

山下 私は面と向かってNoとは言えない性格なので、名刺の裏に「次のような方とはお付き合いしません」と書いています。それは「人の話を最後まで聞かない方」「『お金を払ったのだから何とかしろ!』と無理・無茶を言う方」「自分の部下・家来のように偉そうにモノを言う方」などです。さらに、こちらからお断りする場合があることまで明記しています。かなりきつい表現ですが、身に覚えのある人は「ウン！」とうなって、自ら身を引きますね(笑)。

牧野 多くの人に会っていると、嫌いな人かどうかは100%直感でわかるようになります。例えば、一見高圧的に見える人でも、単に照れ屋であるための場合もあります。そういう方は本当はとてもいい人が多いのです。でも、最初はそういうことはわかりません。ですから、失敗をしたくないからといって行動しないのではなく、たくさん失敗をして学ぶしか