

—千人近い保険営業マンを取材してわかった—

「アプローチ」と「アポイント」における 優績者に共通する“成功の法則”はこれだ!

年の瀬ですが、世間は不景気一色。法人も個人も保険には目もくれません。

読者の中には、営業に出かけるアテがない、

保険の話を聞いてくれるお客さまがない、と悩んでいる方も多いことでしょう。

そこで本稿では、保険業界をはじめ各界のトップセールスパーソンを多数取材してきた津田秀晴氏に、アプローチやアポイントを中心に、優績者に共通する行動原理を分析していただきました。

※誌面に限りがあるため、紹介依頼については今回は割愛しました。

優績者とは、 基本活動に徹してやり切る人

よく新人さんが、「それは〇〇さんだからできるんだよ」などと言っているのを耳にしますが、そのたびに、「わかってないなあ」と思う優績者の方は多いのではないのでしょうか。優績者がたくさん売れている本当の理由は、誰にでもできる当たり前のこと、「基本活動」をきちんとやり切っているからです。

これまで1,000人近くの保険営業マンを取材し、特に親しい優績者の方々からは、身近で仕事を見せてもらってきた経験からも、私はそう思います。

それは、本稿のテーマである「アプローチとアポイント」でも同じです。

何が基本活動かは、人や時代や環境によって異なるでしょうが、単純に言えば、1人でも多くの人と会い、1人でも多くの人に勧めること。そして、そのために自ら課したルールを例外なく毎日繰り返すことだと思います。例えば、

- ①見込み客リストを作ったら全員にアプローチをし、その時点での「白黒」を漏れなく確認する。→ **しつこくないアプローチ (情報提供) を定期的に続ける。**
- ②「毎日〇時から〇時まででは集中してテレアポをする」と決め、決してその予定を動かさない。→ **嫌なことから逃げない仕組みを作る。1人では難しければ、同僚とチームを作って、合同のテレアポタイムを作る。**
- ③外出先などでも、5分、10分の隙間時間があったら、お客さまへハガキを書いたり、フォローの電話をする。やる気の出ないときほどそうする。→ **仮に、1日に2件の電話と2通の手紙を実行すると、隙間時間のコンタクト数だけで**

私が見聞きしたのは、下表のような優績者の行動です。

保険営業は、断りが辛い分、ちょっと頑張ると自分では大変な努力をしたと感じますが、客観的に見ると、「すべきことをしていない」ということがよくあります。だからこそ、優績者たちは、基本行動をルール化し、それを厳格に守り、歯磨きのような習慣にしているわけです。

もちろん、優績者であってもモチベーションの低い日や面倒臭く感じる瞬間もあるはずですが、それでも実行できるのは、その時々、「やるか? やらないか?」という「心の中の小さな勝負」に勝ち続けているからでしょう。

ある優績者が話していましたが、営業で食べていくには、「あ〜、やりたくないなあ。でも、仕方ないからやろうかな」と行動する気持ちが、毎回ほんの少しでも怠け心に勝っていればいいと言うのです。

例えるなら、「51対49」の勝利でいい。実行する人としなない人の意志の強さはわずかに2点差であっても、現実の行動としては「100点(やる)か、0点(サボる)か」に分かれてしまうわけです。

1年間で約1,000回になる。

- ④当面の見込み件数や翌週のアポの件数が、自分の決めた基準を絶対に下回らないようにする。下回った場合は、基準を満たすための活動を最優先する。→ **目先の成果よりも、先々の見通しを優先する。**
- ⑤上司(会社)の指示にはきちんと従う。やり切る。仕事の幅を広げるためにも自分の得意なこと(やりたいこと)だけをやらない。→ **仮に、上司の指示が、どんなにくだらないものに思えたとしても、その指示がダメなことを証明するためにもやり切る。そうすると成果が出てしまう。**