

第33回

紹介営業のプロが伝える

【理想の営業術】とは ～「知識」編～

- 「脱・下請け」のためにエンドユーザーから直接の依頼を増やしたい！
- でも1軒1軒に飛び込み営業をしている時間はなかなか…
- 契約に繋がるのは一体何%なのか…

エクステリア工事の販路を増やすにあたって、とても重要なのは「お客様からのご紹介」です。

信頼できるお客様から「知り合いでエクステリア工事を検討している人がいるんだけど…」とご紹介していただくのは、

お互いに信頼関係があるからこそ成立する「紹介営業」。

ある程度の信頼もできて成約率も高い紹介へ繋げるには、何かコツがあるのでしょうか？

今号から始まるシリーズは、保険業界でも独自の理念を持つブルデンシャル生命保険の北村直之さんのインタビューを掲載します。

保険と言えば個人宅や企業への飛び込み営業をイメージされるかもしれませんが、ブルデンシャル生命ではその一切を行わず、紹介営業のみで販路を拓きます。営業マンも新卒採用は行わず、ヘッドハンティングのみ。

今回はその人事採用・人材管理を担当されている北村さんが思う「理想の営業マン」の姿を語ってもらいました。

話し手

ブルデンシャル生命保険株式会社

名古屋第三支社第一営業所

営業所長 北村直之氏

聞き手 ㈱クラッソーネ「エクステリアの匠」

事業部長 加納 拓



㈱クラッソーネ
「エクステリアの匠」事業部長
加納 拓

著者プロフィール

一級エクステリアプランナー。大手ハウスメーカーのトップセールス営業として8年間勤務し、二級建築士の資格を取得。2013年5月に㈱クラッソーネに入社し、同社が運営する優良エクステリア業者紹介サービス「エクステリアの匠」の事業部長に就任。現在はエクステリアWEBマーケティングのプロフェッショナルとして700社以上の提携業者サポートと、年間2000件のエンドユーザー対応を行っている。データや数字から導き出される的確な判断は、業界関係者から厚い信頼を寄せられている。

まず最初に、北村さんが考える「営業にとって重要なこと」は4つの単語に凝縮されていると言います。

「知識」「態度」「技術」「習慣」

このインタビューシリーズでは、これら4つの単語別に分けて北村さんの具体的なお話を掲載していきたいと思います。

これらの中に紹介営業へと繋がるポイントも多く含まれており、大変興味深いインタビューとなりました。

今回のテーマ「知識」

初回はいきなりプラン提案をせずに
まず信頼を得ること

「では、【知識】に関するお話から
うかがっていききたいと思います。」「こ
の人にやらせられる」と思わせる
だけの知識量がある、という意味で
よろしいでしょうか。

北村 そうですね。当たり前のこと
ですが、何か質問を受けた際にすぐ
答えられずに「後日ご回答します」
では信頼には繋がりません。特にご
紹介いただいて最初にお会いしたと
きにそのような対応をしてしまうの
はマイナスです。

保険に関して言えば、保険という
のはマイホームの次に人生において
大きな買い物です。しかも、一生涯
にわたってお付き合いしていきま
す。

しかし、「保険はよく分からない」
「とりあえず入っておく」というほ
んやりとした気持ちで捉えているこ
とも多いと聞くので、「これだけ大
きくて重要な買い物なんですよ」と

いうお話をしっかりお伝えするに
は、広く正しい知識が不可欠です。

「人生において大きな買い物」「一
生涯のお付き合いになる」というの
はエクステリアも同じですよ。は
じめましてのお客様にはいきなり提

案をせずに、まずそのようなお話か
ら始めるのがベターですか？

北村 はじめましての段階ではまだ
それほどそのお客様のことも存じ上
げませんし、共通の話題もあまりあ
りません。かといっていきなり商品



北村直之氏

説明を始めてしまうとお客様に強引
な印象を持たれてしまうので、まず
は「保険とはどういうものか」をしっ
かりお伝えし、自分自身が営業とし
て保険に対してどのようなビジョン
を持っているのか、情熱を持ってお
伝えすると「信用できる人」という
印象を持ってもらいやすいと思いま
す。エクステリアでもきつとそれは
同じではないでしょうか。

理想的な流れは

【保険とは↓ヒアリング↓提案】

「まずは保険というものの重要性や
仕組みを説明して、その上で自分の
想いをお伝えし、そこから提案です
か？」

北村 いえ、しっかりとした知識を
持って正しくお伝えしていけば必ず
お客様から疑問や質問が出てきます
ので、そこでご納得いただける回答
をプロの知識の中からひとつひとつ
丁寧にしていきます。

そうしていく中で、そのお客様が
保険へ求めるものや不安点が少しず
つクリアになっていきますので、そ
れがヒアリングとなります。

弊社ではかなり細かい部分までプランニングし、「あなただけのプラン」をじっくり作っていきますので、ご提案の前にヒアリングはしっかりと行います。

―それもエクステリアと非常に似ている部分がありますね。

北村 情熱を持って仕事に取り組んでいる姿勢をしっかりと示し、保険とはどういうものなのか、どんな役割があるのかきちんと理解していたら、できればそれが後のトラブルを防ぐことにもなりますし、「この人に訊けば話がよく分かる」とご紹介へ繋がる一歩にもなりますね。

足繁く出向いてそのお客様に関する知識を増やす

―保険知識や自社商品の知識ももちろん重要ですが、そのお客様に関する知識も必要という意味もありますよね。

北村 仰る通りです。契約を結んだあとは必要書類や保険証券が発行されますが、弊社では手渡しを原則と

しています。その他にも、ご契約いただいたから3カ月後、半年後…と定期的に必ず訪問するようにもしています。

今のご時世にとってもアナログな方法ですが、手間を惜しまずに何度もお客様と会い、ご家族のことや趣味の話など、そのお客様に関する知識をたくさん増やしていくことが「信頼できる人」という評価に繋がっていきますし、他愛もない会話から仕事の話に発展することも大いにあります。

―保険もエクステリアも気軽な買い物ではありませんから、信頼していない営業マンにお客様の大切な知り合いやご友人を紹介するはずがありませんよね。

北村 そのお客様との契約でミスがなかったとしても、一度や二度会ったくらいの人間に知人を紹介するのはちょっと不安ですよ。

時間はかかりますが、何度も何度もお会いしてお互いのいろいろな話をして信頼関係を築くことが、紹介へと繋がる確実な方法だと思いますね。(次号へ続く)

View Points ----- 今回の対談から見えてきたこと

今回はまず【知識】に関するお話をさせていただきました。

保険知識、商品知識、そしてそのお客様に関する知識が営業マンとしての揺るぎない武器となります。

それらの知識を持ってお客様と何度もお会いして信頼を得る、それが自ずと紹介へと繋がっていくというお話でした。

次回は「態度」に関するインタビューを掲載します。