

第35回

紹介営業のプロが伝える

【理想の営業術】とは ～「技術」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？

このシリーズでは、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ております。

保険と言えば個人宅や企業への飛び込み営業ですが、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拡げます。営業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」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 (株)クラッソーネ「エクステリアの匠」

事業部長 加納 拓



(株)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(株)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。

「知識」「態度」「技術」「習慣」

このインタビューシリーズでは、北村さんが伝授するこれら4つの単語別に分けて「理想的な営業」の具体的なお話を掲載しております。

今回のテーマ「技術」

紹介への糸口を見逃さない技術、引き出す技術

— 今回のテーマ「技術」は営業にとつていちばん興味深い部分になるかと思えますが、このインタビューストリーズでの最も大きなテーマとなっている「紹介に繋げるための営業」

にもコツや技術は不可欠ですよ。

北村 初回の「知識」編でもお伝えしましたが、信頼できる営業になるためには足繁くお客様のところへ顔を出すことが非常に重要です。「結婚」「出産」「進学」「相続」「贈与」など、家族のライフステージは刻々と変化していきますので、保険の見直しや加入はその転換期が最適なタイミングとなります。そのタイミン

グを逃さないよう、常にアンテナを張って必要な情報を得ておくこと、まずはそれが不可欠な技術です。お客様のご家族だけの話ではなく、ご友人やご近所さんのライフステージ転換期にも敏感になっておく必要があります、そこに紹介営業の糸口があるのではないのでしょうか。

— そういう部分でもエクステリア業界と通じるものがありますね。エクステリアでのニーズに置き換えると、住宅の新築、駐車場の増設、介護エクステリアへの変換、などでしょうか。

北村 そのためには、「聞く技術」「引き出す技術」が必要になってきます。どんなタイミングでどんな相づちを打てば相手が気持ちよく話してくれるか、自分からどんな話をするといいいのか。しかしこれは場数をこなすが一番の近道となりますから、実践はもちろん、ロープレも大切ですね。

紹介に繋がりやすいタイミングと切り出し文句とは

— お客様との会話に紹介の糸口が見

える瞬間の中でも、特に紹介に繋がりやすいタイミングというのはあるのでしょうか？

北村 お客様の中で保険に対して興味が出てきていちばん前のめりになっているタイミングや、まだまだたく売り込みをしてないノンプレッシャーのときに紹介がもらいやすいと感じます。

もちろん契約後に「この人にお世話してもらって本当に良かった」という高い満足度を得てもらってからでもいいと思いますが、実は契約前でも紹介のきっかけは充分あるということですね。エクステリアの営業でも同じではないでしょうか。

— では、会話の中に紹介の糸口が見えてタイミングも良さそうとき、まず何と言って切り出すのがいいのでしょうか。

北村 これは意外と、「ご紹介いただく方はいらっしゃいませんか」「ご縁を作ってくださいませんか」とハッキリ伝えるのがいいと思います。なかなか言いづらい言葉だと思いますが、そのお客様との会話の中



北村直之氏

でお伝えしてきた保険知識に「有益な情報を聞けた」という実感を持ってもらえていけば、紹介の可能性は充分にあります。

そして具体的な人を思い浮かべてもらうために、「最近ご結婚された方はいらっしゃいませんか」などのアシストをすることも必要です。

「これまでに紹介を受けたときのエピソードを話してみる、なんていうのも警戒心を持たれにくいかもしれないですね。」

北村 そうなんです。やはりどうしても「誰か紹介してほしい」と言われて身構える人は少なくないと思いますから、「ご紹介でこんなご縁があつて、長くお付き合いがある」などをうまく会話の中に混ぜていくのも技術の一つですね。

ご紹介を受けたあとのアプローチ方法や警戒心を解く言葉は

「では実際にご紹介していただけるという運びになった場合、どのようにアプローチしていくのがいいでしょうか。」

北村 まず、ご紹介をしてくださる方から先に電話を一本入れていただいているからいいと思います。その際に「売り込みをされなかった」「入る入らないにかかわらず、話を聞いてみるだけでも面白かったよ」などとお伝えいただけると先方様も身構えずに済むので助かる、とお願いですとスムーズでした。

「今はネット社会なので以前よりも気軽に買い物ができ、対面の営業に敏感になっていると感じますし、特に保険もエクステリアも大きな買い物なのでその壁は高いですね。」

北村 中には「保険の営業」と聞いてだけで警戒心を抱いてしまう方もいらっしゃいますし、誤解も多いように感じます。

そんな方には、いきなり商品の紹介をせずに「あなたにとって役に立つ情報をお伝えします」と専門知識を披露していくと、少しずつ耳を傾けてくれるのではないのでしょうか。

(次号へ続く)

View Points ----- 今回の対談から見えてきたこと

今回の「技術」に関するお話はとても具体的で、すぐに営業に使えるようなコツが多く含まれていたと思います。ご自身でもこれまでに紹介で多くの契約経験があり、現在も営業を育成している北村さんだからこそそのピンポイントのアドバイスでした。

このインタビューシリーズ最終回となる次回は、「習慣」についてお伝えしていきます。