

競争を生き抜く代理店

代表 那須 顯一

段階的に大型化を図る

代理店独自のマーケットを

先月、私の同級生がソニー生命にライフプランナーとして採用され、久々に会い話をしました。損保・生保の文化の違いはありますが、同じ業界人としていろいろ話をしている中で、私自身の15年前AIGU保険会社に入社してからの出来事を、久々に振り返る良い機会になりました。

その同級生の営業手法は、やはり片手片脚から友人・知人をあたることなのですが、新人時代より「縁故は頼るな」と教えられた私には経験のないこと。素直に「偉いなあ」と感じました。

また、募集文書の話や、出勤の管理、個人情報等、セキュリティやコンプライアンスの話をする「あつ」と言う間違った15年の長さで変化のスピードに驚き、結局私自身が新人の同級生からたくさん情報をもらい勉強させてもらう結果になっていました。

振り返れば、飛び込み、

努力と勇気でチャンスをつかむ

39

TEL06-6282-6488(代)
http://www.j-thinktank.com/

収保を伸ばし自社内で亀裂を起すよりは、手数料改定前に手数料の100ポイントラインを上回ることを念頭に段階的に大型化を図るのが安定的成長の重要要素だと思います。

【マーケット戦略】

日本での保険の市場規模は、

- 少子高齢化
- 無保険者の増加

によって確実に縮小傾向です。今までのように普通の営業活動や、ただ契約者からの紹介を待っているだけでは、市場規模縮小の波に飲まれてしまいます。また、今までのように、

「△△業は市場規模が大きい割には、周辺知識が必要なので、プロ代理店がほぼ介入していない。このマーケットに合う〇〇保険を販売できれば、クロスセルも大きく見込め、市場の数をわが社が獲得するだけでも何億もの収保が見込める」と

と云う、代理店側のマーケット戦略も持ち合わせるべきです。

メーカーに頼らない 仕事は自身で責任をとる

④自社目標での自立の4点を挙げました。

【大型化】

一人で毎年毎年、爆発的に増収し続けることができない限り、手数料面・また事務面・コンプライアンス面からも、合併による大型化は必須で、メインの保険会社によって変わりますが、要するに

理由として最低2年に一度、保険会社の手数料基準が変わり、改定ごとに基準となるクロス収入保険料のバーは上がりま

【事務処理システム】

システムと言っても一番肝要なのは「人」です。事務処理の要になる人と営業がストレスなく、またスピードアップできる方法を、日々模索また進

までのように、

「新商品が出た！これを誰に売ろうか？」と、保険会社側目線だけではなく、

「△△業は市場規模が大きい割には、周辺知識が必要なので、プロ代理店がほぼ介入していない。このマーケットに合う〇〇保険を販売できれば、クロスセルも大きく見込め、市場の数をわが社が獲得するだけでも何億もの収保が見込める」と

と云う考えが大半。保険会社と代理店は、メーカーと販売者ですが、

「真逆」を進むことも必要かもしれません。

皆さんが思うほど、メーカーは皆さんのことを考えていない可能性も念頭に置き、ご自身の事業なので、失敗にはすべてご自身で責任をとる必要があることを自覚し、皆さん一人ひとりのオリジナルを構築しましょう。

このようなことを回答して来ると考えられます。

【自社目標での自立】

保険代理店というのはまだまだ、メーカーに「オンパレード」で、手数料は多くほしいし、責任はメーカーにとってほしい！発想が抜け切れていません。

また、合併に関するプロセスや形態、社内環境、また営業施策面に関して、メーカーに頼りすぎたので、メーカーの利益を目指しましょう！

これからの代理店に必要な要素は

「これからの代理店に必要な要素は何か？」と質問を受けました。

保険ショップの現場から...

面田 理恵 5

イベントをしていただくことが日常茶飯事になってきています。いいイメージもあるけど反面、誤解もあり、10月の1か月間、本当に休む暇もないくらい、多数のご予約と当日の店頭のご来店のお客様に全員で誠意をもって対応できるように頑張りました。この出逢いを大切にしていきたい。そしてお客様の希望を叶え、悩みを解決した。そのための勉強やスキルアップは終わりがありません。

10月の第1週土日でおこなったイベントはきつかったです。これからの保険ショップに2時間くらい必要と手を感じています。だからこそ、お本気で必要性を伝えていけば、お客様からの支持はどんどん増えていくからです。そんなお客様から「保険の基本的な知識を教えてください」ということのお話からはじめ、現状は...と思っています。

まだまだ第一声に、

「相談料は無料ですか。」と、そこから質問が始まる状況ですが、費用がかかっても相談する必要がある、という価値のある業務として認められたい、そのために日々、本気で店頭で座っています。

お店の内容を知ってもらいたい

10月の土日には新たなPRスペース確保

先月の予感的中し、店頭にご来店されるお客様が急増しました。理由はいくつかありますが、まずはお母さんへお話をし、1階の店舗をご案内していただきました。

「まずどんなお店なのか、何ができるのかなのかを知ってほしい」と、そんな全員の想いが通じ、2日間で多数の相談予約をしていかれました。

最近のテレビのコマーシャルはほとんどに保険会社のものが多くなっています。ネットでも申し込める、ではなく毎月支払っている保険、持病があっても入る大切な保険の内容を、気度店頭で座っています。

先月の予感的中し、来店のお客様が急増!