

実践わずか2ヶ月で1200万円の契約に！ スピード集客の極意とは？



うちの会社だから契約したのではなくて、とりあえず「お宅で継続しとくわね」というお客さんとの関係。これでは何かのタイミングのとき、他社に切り替えられてしまうという不安を持っていた貝原さん。

そこで社長と社員を巻き込んで「最強集客メソッド」を始めたところ、実践2ヶ月で高額の契約が次々と舞い込んでくるようになった。その秘密を貝原さんに伺う。

▼1日の仕事は朝の営業ミーティングと、あとは情報収集をやっている。

ー 貝原さんの保険代理店は、全体で何人いらっしゃるんですか？

社長以下、パートさん含めて6人です。営業活動を行っているのが3人、残りの3人が事務をしています。

私は営業支援という形で、朝一通り朝礼が終わったあと、営業ミーティングを30分ほどするんですが、

前日、営業担当者が訪問したお客様に対して、家族構成、職業、いろいろな状況から今、困っていること、興味のあることを確認して、お客さんのところに行く。

そのアドバイスをするという仕事をしています。

— それでは30分で仕事が終わりますよね？それ以外は何をしているんですか？

銀行に行って会計関係のことをやったり、経営回りのことをやったあとは、だいたいお昼からはカフェや本屋で情報収集をしています。

営業担当者に教えてあげるために、木戸先生はじめ、いろんな方のフレーズをネットで調べたり、資料を読んだり・・・。

あとは研修やセミナーに参加して、勉強したことを営業マンに伝える、という感じです。



「外見上はサボっているように見えますね。」

— 貝原さんが社長のような仕事内容ですね。

まわりからもよく言われます。社長は営業をしていますからね。

以前は私も営業をしていたんですが、社長と二人で話し合っ、この形でいこうと決めました。社長は人に伝えることが苦手なので、人を育てるのは私が担当することになったんですよ。

— 実践2か月で1200万の結果を出したのも、社長さんですもんね。

最初は別の営業担当に1/50チラシを教えていたんですが、社長が「面白そうだな」といって始めたんですよ。すると、社長の方が先に成果を出してしまったんです。

3ヶ月以上前に一度契約になりそうだったのが、伸び伸びになっていて、この業界はそういう風になると、その話はなかったものなるんですが・・・。

それが1/50チラシを出すようになったら、急転直下で契約になってしまったんです。

▼お客さんと強いつながりが無いことが不安で、最強集客メソッド実践塾に参加し

— 最強集客メソッド実践塾に入ろうと思ったきっかけはなんだったんですか？

うちの会社はお客さんと接する機会が少ない。保険代理店で損保がメインなので、年に1回はお客さんと面談して更新の手続きをさせてもらうんですけど、それ以外のときは完全に忘れられている。

そこで、ホームページを作ろうといくつか業者さんと話をさせてもらったんですが、どうも自分のイメージするものじゃなかったんです。

それで何かないかとメルマガを見ている中で、ある方のメルマガに最強集客メソッド実践塾が紹介されていて、それで「これだ！」と思いました。

— お客さんと接点を持たないといけないという問題意識は、どうしてもったんですか？ 苦情があったとか業績が落ちてきたとか、何かあったんですか？

別に苦情があったわけでも業績が落ちてきたわけでもないんですが、なにかお客さんとのつながりが消極的理由だな、というのが何年も前から悩みではあったんです。

うちの会社だから契約してくれているわけではなくて、とりあえず「お宅で継続しとくわね」みたいな感じ。

積極的理由というか、選ばれる理由みたいなものを持っていないな、と。

お客さんも私達と会っても喜んでいないし、楽しみにしていない、更新の手続きだから、早く済ませて、という感じ。

それでは別の積極的理由がきたときに、他社に切り替えられていくんだろうな、と、そういう不安は現場に行っている時からずっとありました。



「『とりあえず更新しとくわね』みたいな感じです。」

— そういうモヤモヤしていたときに、私のメルマガを見て、どういうところにピンときたんですか？

最初は「反響率1/50チラシ」というので、「1/50なんて本当かな？」というのがあったんですが、実績があるということは正しいんだろうな、と思いました。

それと“笑顔”というフレーズに惹かれたんです。それでやってみようと思いました。

— プログラムの説明会にも参加されて、金額もそれなりだと思うんですが、躊躇することはなかったんですか？

躊躇もなかったですね。

費用を投資してそれを回収できるかということなので、高いか安いかは関係ないです。

安くても回収できないだろうと思えば手を出さないし、高くてもちゃんとペイできればそこから先は利益になっていくので。

一番のポイントは、すでに実績を出している方がいらっしゃるということが、プログラムを始めるきっかけになりました。

▼営業を辞めて、他の営業マンにアドバイスする役割に徹するようになった。

— 貝原さんはもともと営業をやっていて、一番売り上げを上げていたのに、突然営業を辞めることにした。どうしてそんなことを言い出したんですか？

7年前に辞めようと言い出したんですけど、社長と「とにかくお客様の気持ちをわかるようになるには、どうすればいいんだ」と話していたんですよ。

それでその時一番成績の良かった私が、一番お客さん目線に近いだろう、じゃあ、私が辞めます、ということになったんです。

プレイングマネージャーをしながら他の人を教えていても、売り上げを上げているから一番忙しい。だから他の人も見てやるにしても、どうしても片手間になってしまう。

だから教える専門になろうと思ったんです。

今、お客さんはこういう気持ちだ、そういう態度とかそういう物言いをされると、心の中ではきつこう思っていると。お客さんの立場になって指導するようにしたんですよ。

— 普通に考えたら会社は危なくなると思うんですね。貝原さんの売り上げでもっているような状態で、辞めてしまったら・・・。

損害保険はいわゆるストックビジネスなので、すぐに売り上げが0になるわけではないので、できたんだろうと思います。

でもやっぱり社員は「何を言っているんだ？」という感じになりました。

その後、3人辞めてしまったので、不安を感じていたんでしょうね。

当時の保険会社の担当者も飛んできましたからね。でもちょっと様子を見てほしいと、納得してもらいました。



「社員の底上げのために、私が営業を辞めました。」

— 貝原さんの中で、半年やって何も変わらなかったら元に戻るという考えはなかったんですか？

それはありました。「担当を元に戻してもらわないと、取引を止める」というお客さんもありましたし。だから、一保険屋さんに戻って、どっちつかずの状態が2年くらい続きましたね。

でもやっぱりちょっと甘えが出てきてしまったので、2年前の今頃決断して、お客さんのところに行けないようにスーツを全部捨てました。

それからはやっと安定してきましたね。

— 社員教育を徹底しているんですね。

いろんなお客さんと「こういう話になった、こういう状況だった」というときに、「私がお客さんだったら、こう思うよ」と言うくらいで、指導しているとはとらえていませんね。

— 売上げが低迷しているのは、お客さんの気持ちになっていないから、ということが発端ですよ。それはクロージング力が低いとか提案の数が少ないからだとか、そういうふうには考えなかったんですか？

自分がお客さんだと、そういう風にされたら嫌ですし、うちの会社のミーティング中でもクロージングとかプレゼンという言葉は出て来ないんですよ。

お声かけをしていこう、というアテンドは出てきますけど。

今のお客さんの状況から考えて、抱えている悩みとか希望とかを「こんなことじゃないですか？」とお声かけする。これは木戸先生のプロの気にかけてと同じですね。

売上げが低迷していた時に、ちょうどランチェスタ戦略の本を2, 3冊読んだ時期だったので、弱者の戦略は差別化だと思ったんです。

同業者と同じことをやっていたら差別化できない、だからアポの数を増やすとかそういう考えはまったくなかったですね。



「会社にはスーツを着て行ってません(笑)。」

▼気にかけて体質になるには、お客さんの立場の時にトレーニングするといい。

— 実践してすぐに結果が出る人とでない人がいる、というので、貝原さんの話がよく出るんですが、貝原さんはすべてお客さんを最優先した考え方ですよ。

「どうしたら早く結果がでるようになるんですか？」と質問があったら、何とアドバイスしますか？

アドバイスなんてできないですけど、お客さん目線になるといってもなかなかできない。多くのことに触れていると、ある瞬間じゃなくて、自然とそういう体質になっていくんだらうな、と思います。

例えば、車通勤の途中、ありがたいのハザードを何個集められるか、とか、コンビニで愛想の悪いレジの人をどうしたら笑顔にできるか、とか。

コンビニのセルフのコーヒーを入れ終わった後、「ありがとう」と言ってみようとか、これをうちの会社では遊び半分実践しているんです。

— それは素晴らしいですね。

齊藤一人さんも「お客さんだから、あれしろ、これしろ、じゃなくて、店員さんが喜ぶことをしようよ、ラーメンを食べたら“食べさせてくれてありがとう”と。だって自分たちは商人なんだから。」と言っているんですよ。

自分が仕事の時だけトレーニングしようとしても、お客さん目線の体質にはなかなかならない。1日にお客さんと面談する件数ってたかがしれているけど、自分がお客さんになっている場面の方が圧倒的に多い。

この間もセルフのうどん屋で注文間違いされたけど、それを受け入れて帰り際に「美味しかったよ」と言えば、店員さんも笑顔になってくれる。



**— そういうところから実践すれば、
貝原さんに近づくことができますね。**

**自分がお客さんになるとき、気
にかけ体質になるチャンスですよ。**

私もトイレを済ませたら便器をどこでも拭くようにしているんですけど、そういう話でもっと出来ることがあるんじゃないかと、私も加速していきたいと思います。

貝原さん、いい話をありがとうございました。

「いつの間にか、気かけ体質になっているんです！」

ありがとうございました。