

## 新連載／保険基礎講座

# 保険窓販全面解禁対応 販売手法講座

## 第1回 保険窓販とセールスプロセス

2007年10月には郵政民営化が、同年12月には銀行保険窓販全面解禁が予定されている。

銀行・信金においてはこれまでも定額・変額個人年金、一時払い終身保険・養老保険、等々の貯蓄性保険商品の販売が解禁されてきたが、全面解禁により第1・2・3分野の全ての保険商品販売が解禁となる。

当「保険窓販全面解禁対応販売手法講座」では、12回連続で保険窓販の販売手法およびコンプライアンス関連の窓販の現場で役立つ情報を提供する予定である。

### 保険販売の極意は“後出しジャンケン”

#### 質問：

保険窓販全面解禁に備えては、コンサルティング営業の定着が必須だと言われているようですが、コンサルティング営業と伝統的な営業スタイルの基本的な違いはどんなことでしょうか？

#### 回答：

生命保険はお客様のニーズ（必要性）もウォンツ（欲求）も低く、販売が難しい商品の一つとされています。ニーズ・ウォンツ潜在化商品の販売のためにはきちんと設計されたセールスプロセスを踏んだコンサルティング営業が必須となります。2002年10月の生保窓販解禁以来、金融業界のごく一部ではコンサルティング営業が浸透しつつありますが、全体としてはまだまだ伝統的な営業スタイル（最初に商品パンフレットありきの押し込み営業）が幅を利かせています。これはお客様の潜在的なニーズもウォンツも明らかにしないまま、“先出しジャンケン”の要領で商品を提示するため、お客様の反発を食い、効率悪く負け戦を続けているということです。

これに対しコンサルティング営業の極

#### ＜執筆者紹介＞

新村純一（にいむら・じゅんいち）氏  
＝福島県出身、東北大学工学部卒。㈱東芝、ソニー生命、イーエフピー㈱、ソフトブレーン㈱を経て現職。金融機関向けなどに、現在まで220回以上の実践的なコンサルティング営業手法・銀行生保窓販・営業プロセスマネジメント・Web活用・eラーニングなどに関するセミナー・講演の実績あり。



意は“後出しジャンケン”です。以下のセールスプロセスを忠実に辿ることによりお客さまの満足度も販売実績も高いバーをクリアできるのです。

#### 【保険のセールスプロセス】

##### 1. アポイント

面談の約束を取り付ける。具体的な話をしない。日時の決定は二者択一方式で。

##### 2. アプローチ

「自分の保険をチェックしてみよう」という気にさせる。既加入保険証券のコピーをもらう。

##### 3. ヒヤリング

見込客の真のニーズを明らかにする。必要保障額算定のための情報を聞き出す。

##### 4. 保障診断／プランニング

見込客のニーズと既加入保険の適合性を判定し、ニーズに合った保険プランを設計する。

##### 5. プレゼンテーション

現状の問題点と提案プランの妥当性を分かり易く説明し、「加入したい」と思わせる。

##### 6. クロージング

相手の不安や疑問を取り除き、契約申込みの承諾を得る。相手のOKサインを見逃さない。

##### 7. 申込手続き

申込書・告知・初回保険料について正しく説明する。第一次選択を行う。

##### 8. 紹介獲得

お客様の満足度が高いうち（契約申込みの直後）に紹介をいただく。

（執筆：㈱オポチュニティ 取締役営業部長 新村純一）  
お問い合わせ info@oportunit.co.jp