

保険新時代

家族に対して、また経営者として自分に万が一のことがあった時の責任を考えれば、入っておくことが義務であり、当たり前と考えがちな「生命保険」。損失が少なく最良の保険を選ぶには、どのような知識や考え方を身につけるべきなのか。本コラムでは顧客本位の保険のあり方について提言します。

来店型保険ショップの利用方法、賢い向き合い方②

—本当に実力のある保険販売員は、お客様の希望だけで商談を進めない—

保険販売員が、「優れた販売員」とお客様から本心で認めてもらえるのは、勧めた保険によってお客様が何らかのかたちで救われた時だと思います。たまたま入った保険が役に立ったというケースもありますが、お客様の未来に満足な結果を残すためには、保険を選ぶ段階で、販売員がいかにお客様に興味をもって向き合い最適な保険を導き出したかどうかが重要なのです。

昨今、保険の販売経路が広がっている一方、実際の保険販売の現場といえまことに玉石混淆だと感じます。その中からお客様が優れた販売員を見つけて出るポイントを一言でいえば、先に述べた「自分に興味をもって向き合ってくれる販売員かどうか」だと思うのです。

「よく話を聞いてくれる」「自分の

希望した保険について分かりやすく説明してくれる」これだけで販売員の質を簡単に判断するのは危険です。

そもそも、多くの人は保険について学ぶ機会もなければ、真剣に考える機会もないままに必要を感じたから相談に来ているわけで、「保険」というものに対して漠然としたイメージや身の回りで起きた出来事をもとに入りたい保険を選んでいることがほとんどです。それが悪いわけではありませんが、深い知識がないままに「自分にあってる」と判断した商品は、プロの目からみたら違っていることもあります。だからこそ、お客様の希望だけで販売を進める販売員は優秀とはいえないのです。

「なぜこの商品を私に勧めるのですか?」と聞いた時に、「お客様のご要望に沿った商品だからです」と答える

販売員は、たとえ細かい商品の知識を持っていたとしても、実力のない販売員です。お客様の希望に耳を傾けるのは保険販売員として当たり前のことで、プロであればさらに、なぜお客様はその保険を希望しているのか、その保険は本当に最適といえるのか、お客様のデータを聞き出した上でさら掘り下していくべきです。

なぜならば、性別と年齢が同じ人であっても、各人を取り巻く環境は全く同じではありません。経済状況はどうなのか、既婚か未婚か、持ち家かそうではないのか、ローンの有無、そして将来の生活設計はどう描いているのかなど、お客様の未来にまで目を向け、興味をもってヒアリングし、本当に必要な保険を提案できてはじめてプロの仕事といえると思うのです。

(つづく)



高津 嘉邦

1979年生まれ。ETERNAL代表取締役。大手保険会社勤務を経験後、保険商品が持つ利点と欠点を正直に顧客に伝えることを信念とした来店型保険ショップ「保険テラス」を設立。