

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③

—簡単な聞き取りだけで、設計書を作成する販売員はプロとは言えない—

前回お話しした「優れた販売員」に対して「実力のない販売員」の特徴をお話ししましょう。

優れた販売員がお客様に興味を持って向き合う理由は、お客様の真実を知ることができるからです。「正しい答えを出すには、正しい情報を得ること」お客様に最良の保険を勧めるためには大切なことです。中には、大したコミュニケーションも取らないうちに、この年齢でこの地域に住んでいて、この会社に勤めているのだから「資金的な余裕はそれほどないだろう」と勝手に決めつけて話を進めてしまう販売員もいて、お客様の不満を受けて、別の販売員が話をじっくりと聞いてみれば、資産家に生まれ、今回遺産を手にしたので、これを将来のために上手に運用したいという目的で来店されていたというケースは実際にあります。

実力のない販売員はなぜ「お客様の真実を知ろう」とせずに保険を勧めようとするのか？それは、自分に豊富な商品知識がないからです。お客様から色々とお話を伺って情報を得たとしても、自信を持って説明できる商品は限られています。そうであれば、お客様の年齢と性別、希望している商品の種類などを聞けばそれで充分。お客様の真実を知る必要がないから、向き合おうとしないのです。

実力のない販売員は、見直しにおいても「今加入している商品」にだけ着目して話を進める傾向があり、「見直しに来た方は、同じ保障で金額が安くなることを望んでいる」と勝手に決めつけて、「なぜ見直したいのか」というお客様の気持ちをじっくりと聞きません。

お客様によっては、同じ保障で掛けた金を下げたいという希望だけではな

く、「本当にこの保険は自分に必要なのか？もっと今の自分に必要な保険があれば勧めて欲しい」こんな気持ちをもって保険のプロに意見を聞きに来ることもあると思うのです。

そして、本当の意味での「保険の見直し」とは、お客様のこれからの環境の変化に適した保険をご提案することだと思います。たとえば、5年後に起業したいと考えている方であれば、その時に必要になる現金を貯蓄するために、今は掛け捨ての保険に入った方がよいなどの提案もできるはずですよ。

保険とは、加入することに意義があるのではなく、使って初めて意義が分かるものです。保険を実際に使うのは今ではなく将来、だからこそ販売員は雑談の中でお客様の将来の見通しや希望に耳を傾け、お客様の人生に寄り添った提案を行えるよう真の実力を身につけるべきなのです。（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。