

## 保険代理店の持続的成長モデルに挑む～「標準営業活動」について～（第7回）

岡武 和暁

前回までは更新訪問の準備について書きました。今回は営業スタッフによるお客様への訪問活動についてです。

OSSでは代理店システムにお客様毎の連絡先や連絡時間を入力していますので、それらを参照してアポ入れを行います。

訪問直前に営業スタッフが行うことは情報の確認です。まず、ペーパーで打ち出している「家族情報」や世帯全体の「ご契約情報」を頭に入れます。ご家族の情報（お名前、年齢等）は特に重要です。お話しする際に、「お嬢さん、そろそろ中学生でしたっけ？」と「〇〇ちゃんは間もなく中学生ですね。」とでは、お客様が受ける印象が全く違うと思いますので。次に代理店システムに入力されている「対応履歴」を見て、前回の訪問活動について確認します。具体的には、前回の訪問でご提案した商品やその結果やお客様の反応、実際にお話しした内容、持参したお土産（販促品、お菓子、書籍等）などです。また対応履歴の確認では、前回の更新訪問後に、事故や異動やご照会があった場合には、その内容もインプットしておきます。

それでは実際の訪問です。訪問の際には更新の手続き以外に、「生活リスクチェックシート」を使ってお客様に世帯全体のリスクと付保状況をお示しします。生活を行う上で、実際にどういうリスクがあって、それがどの程度保険でカバーされているかを目や耳を使って確認して頂くのです。そして必要があると考える商品については、しっかりとご提案を行います。「お客様の生活を守るにはこの補償が必要です！」という強い思いをきちんとお伝えする事こそ、我々保険代理店としての本分でしょうから。

訪問活動を終えた後は、訪問活動の結果を対応履歴として入力します。ここで入力する内容は上述した通りです。こうした活動を当たり前のこととして愚直に繰り返し、積み重ねて行けることが代理店の力量だと確信しています。

（保険のOSS所長 <https://www.oss-ins.jp>）

2月13日の夜、東北地方を大きな地震が襲いました。被害に遭われた方々にお見舞い申し上げます。被災された地域にお客様を抱えている代理店スタッフの皆さん、保険会社の社員さん、今こそ「保険の出番」です！