

も く じ

経営確立編 中堅・大型化時代の顧客開拓

【事例 1】	(別働体持つ企業に参入)従業員の契約をフォロー.....	2
【事例 2】	信金時代の不動産知識が大いに役立つ.....	2
【事例 3】	終身保険を中心に各種保険をアプローチ.....	3
【事例 4】	生保研修会で代理店のあるべき姿教わる.....	3
【事例 5】	自動車保険の割合高め経営の安定化図る.....	4
【事例 6】	加入内容の一覧表を印刷物で提供.....	4
【事例 7】	生保の手数料で1人分の経費が賄えれば.....	5
【事例 8】	農家1軒で5台契約、経営者保険販売で自信.....	5
【事例 9】	(生命保険販売)具体的理由づくり顧客訪問.....	6
【事例10】	保険代理店は地域のアドバイザー.....	6
【事例11】	セミナーで得た情報を経営に活かす.....	7
【事例12】	税理士会のある支部に向け経営者向け商品.....	7
【事例13】	商店街振興組合などに商店会総合保険勧める.....	8
【事例14】	離れたお客様でもチャンスは生まれる.....	8
【事例15】	傷害保険に的を絞って活動.....	9
【事例16】	ロス改善の努力促される.....	10
【事例17】	保険のオーダーメイドでお客様に応える.....	11
【事例18】	個人は3年、法人は5年メドに開拓.....	11
【事例19】	アンケートを活用した企業開拓.....	12
【事例20】	2つの事案がきっかけで組織化.....	13
【事例21】	パンフレットに頼らない営業に強くなること.....	13
【事例22】	専門家から得た情報をお客様に提供.....	14
【事例23】	携帯パソコンで要望に応える.....	15
【事例24】	(個人契約にシフト)提案書と情報誌を活用.....	15
【事例25】	フリートの自動車保険任されることに.....	16
【事例26】	自治体や自治会を対象に多種目販売.....	16
【事例27】	市の外郭団体にアプローチ.....	17
【事例28】	地域の広いテリトリーに密着したい.....	18
【事例29】	がん克服し個人代理店から法人化.....	18

【事例 3 0】	(官公庁対象に)女性の営業戦力化.....	19
【事例 3 1】	風災など事故時には精いっぱい対応.....	20
【事例 3 2】	企業の要望にきめ細かく対応.....	20
【事例 3 3】	初回口振制度の導入で生保販売に注力.....	21
【事例 3 4】	リスクマネジメント手法を導入.....	21
【事例 3 5】	得意分野を作り多項目販売へ.....	22
【事例 3 6】	震災時にはお客様に励まされ.....	22
【事例 3 7】	競争激化に備え顧客情報共有化.....	23
【事例 3 8】	前年と同じ補償内容では更改しない.....	23
【事例 3 9】	積立主体から自動車保険に変更.....	24
【事例 4 0】	生命保険販売で営業活動に幅.....	25
【事例 4 1】	生保販売で手数料増を実現.....	25
【事例 4 2】	修理工場のお客様名簿をもとに開拓.....	26
【事例 4 3】	運送業開拓し団体扱増やす.....	27
【事例 4 4】	支社開設と事務所開設でスランプ克服.....	28
【事例 4 5】	1社1件紹介運動を推進.....	28
【事例 4 6】	医療費用保険を500件以上販売.....	29
【事例 4 7】	1組の母娘に代理店の使命教えらる.....	29
【事例 4 8】	中小企業開拓の秘訣は現場にあり.....	30
【事例 4 9】	闘病後お客様の温かい言葉に励まされ.....	31
【事例 5 0】	事故時には誠心誠意対応.....	31
【事例 5 1】	ワンストップマーケティング営業を確立.....	32
【事例 5 2】	交通事故の経験活かし代理店活動.....	33
【事例 5 3】	(RMの視点を導入)地道な提案・活動が契約に至る.....	33
【事例 5 4】	人員拡充し地域ナンバー1代理店に.....	34
【事例 5 5】	営業の基本は「お客様の目線」.....	35
【事例 5 6】	地元を愛し心の通った代理店に.....	36
【事例 5 7】	損保契約企業の従業員に生保販売.....	36
【事例 5 8】	損保の信頼生かし生保連月稼働.....	37
【事例 5 9】	自動車保険中心から多項目販売へ.....	37
【事例 6 0】	顧客データベースを構築し営業展開.....	38
【事例 6 1】	(ISO9001)お客様と最適な形で接するために.....	39
【事例 6 2】	新ビジネスで保険関連業務を代行.....	39

【事例 6 3】	長期の火災保険に感触.....	40
【事例 6 4】	10名の陣容で地域一番店目指す.....	41
【事例 6 5】	区役所関連で基盤を構築.....	41
【事例 6 6】	企業同士の仲介役を務める.....	42

事業承継編 事業承継代理店の顧客開拓

【事例 1】	朝7時から夜10まで働いた10数年間.....	44
【事例 2】	FP資格取得し保険販売に幅.....	44
【事例 3】	プロ代理店9名で「安心ネットワーク」を構築.....	45
【事例 4】	信金から転職、生保販売に注力.....	46
【事例 5】	プレッシャーのなか生命保険で新境地.....	46
【事例 6】	主婦から代理店業の道へ.....	47
【事例 7】	変額保険の商品特性に着目.....	48
【事例 8】	個人客を大切にした手作りの契約.....	48
【事例 9】	社内体制充実し生保の積極販売へ.....	49
【事例 10】	主人も事業参加、息子も事業承継へ.....	50
【事例 11】	夫婦2人で急場を凌ぎ3年目から攻めの営業.....	51
【事例 12】	賠償等で自営業者や中小企業開拓.....	52
【事例 13】	3,000台の自動車を保険管理.....	52
【事例 14】	前職の業者に様々な賠償プラン提案.....	53
【事例 15】	2つの大きな団体を基盤に.....	53
【事例 16】	お客様により商品の提供を.....	54
【事例 17】	歩行者天国保険やイベント保険を中心に.....	55
【事例 18】	情報共有化し第三分野に注力.....	55
【事例 19】	法人より個人契約のウエート高めたい.....	56

組織化編 統合・合併による大型化

【事例 1】	地域、手法、得意商品が異なる代理店が合併.....	58
【事例 2】	お客様との信頼関係をさらにレベルアップへ.....	58
【事例 3】	地域のよき相談相手に.....	59
【事例 4】	カウンセリング基本に保険提案.....	60

【事例 5】	代理店もお客様も意識改革が必要.....	60
【事例 6】	異業種との提携で取引先が大きく拡大.....	61
【事例 7】	総轄代理店として活動.....	62
【事例 8】	損保一般収保 10 億円を目指し.....	63
【事例 9】	将来は四国 4 県に支店を設置.....	63
【事例 10】	使用人の独自色活かしながら大型化.....	64
【事例 11】	ディフェンスとオフェンスで役割分担.....	64
【事例 12】	総代理店構想という夢の実現に向かって.....	65

ソフトボール大会があれば傷害保険を付けるといったように一つの自治体で10件以上付保する機会があった。特に自治会の賠償責任保険の場合、一般紙が取り上げてくれ他の町村からも引き合いがあった。これにより種目バランスがとれるようになり、とりあえず安定した経営体制を整えることができた。しかし、企業も増車を控え、土木会社が廃業するケースがでてきた。一方で、法人化や事務所の設置という課題もあり、前途多難であることに間違いはない。

《損保収保1億1,000万円、平成10.7》



【事例27】保険の単価アップへ

市の外郭団体にアプローチ

(福岡県)

45歳を超えて研修生となった。それまでは運送業者の協同組合で事務局長を務めていた。研修期間の2年間の収保は4,500万円、しかし積立全盛時代だったため積立保険の割合が高く現在でも6割を占める。顧客は協同組合時代の取引先の紹介で広がっていったものが多く中小企業とその従業員が主である。ちょっと変わったものとしては、市の外郭団体が開いているスポーツ教室やレクレーションなどの行事に参加する人たちに付ける傷害保険、あるいは市民プールの施設賠償責任保険もいただいている。これが新種保険の割合を高めている。フリート契約は4件あり、このうち3件は運送業関係である。

現在取り組んでいるのは自動車保険の単価アップと生命保険の取り組みである。2年前から息子が一緒にやるようになり、若い世代との付き合いも出来てきて生命保険が徐々に契約できるようになってきた。法人関係でも総合福祉団体的保険を2件成約しており、生保の取り組みを強化したいと思っている。

《損保収保1億0,850万円、平成10.8》

事業承継代理店の顧客開拓

【事例末尾の収保・年月は取材時期を表記】

【事例1】父親の顧客核に事業承継

朝7時から夜10時まで働いた10数年間

(大阪府)

昭和52年に1年間の研修生を終えて父親の事業を継いだ。2代目というと、安定した基盤を受け継いだと考えられがちだが、決してそうではなく、父親が定年後に始めた事業だけに「老後の第二の仕事」という色彩が強かった。手数料は300万円から400万円程度で、2世帯が生活するには苦しかった。自動車保険はもちろん、新種の賠償責任保険なども手掛けた。電話帳でマンション経営者をピックアップし、それに応じた企画書をダイレクトメールで送付した。また、業者名簿で建設業者にアプローチしたこともある。効果の上がないケースがほとんどだったが、事業にタッチして10数年、朝7時に事務所を出て、帰ってくるのは夜の9～10時という長い活動期間がお客様を増やしてくれ、月平均60件の集金ができた。月15件の事故相談に追われることもあったが、非常にやりがいを感じた。そんなとき、追突事故に遭い、持病であったヘルニアが悪化して入院を余儀なくされた。この事故を機会に、運転者のモラルを考えるようになり、無理をしてまでお客様を増やすことを控えるようにした。動くことを売りにして増やしてきたお客様だけに入院・療養の3か月間で収保も減少したが、復帰後1年間でもとの収保1億円まで回復することができた。

《損保収保1億円 平成9.5》

【事例2】叔父の代理店を承継

F P 資格取得し保険販売に幅

(兵庫県)

昭和60年7月に研修生になり、2年後に叔父が経営していた代理店を受け継いだ。この代理店は、エレベーターの階表示やパソコンの枠などを製造するメーカーの別働体で、受け継いだときには、親会社や下請会社の契約が中心であった。その後は自らの力で開拓しなければならず、住宅金融公庫の満期物件を目当てに活動したり、そこに家財や自動車保険を案内したり、あるいは既存のお客様から紹介をもらいながら契約の拡大を図る活動