

顧客本位の 変わる保険営業

あなたは3年後に保険募集人を続けていられますか!?

上野直昭 著 四六判・264頁 予価 1,700円 (税別)

保険募集人が生き残る唯一の道は、
徹底した**カスタマー・イン**にあり！
不死身の「保険のカリスマ」がまとめた、
起死回生、サバイバル時代の、
保険営業&代理店経営の指南書、ここに発刊!!

NOW PRINTING

保険業界は激変しています。「何とかなる」で過ごせてきた保険業界は今や「**何ともならない**」業界になっています。この現況を理解し、そのうえでどう対処し、目先3年後にも保険募集ができる状態にしなければなりません。

間違いなく言えることは、「**変化しない者は生き残れない**」ということ。保険募集人はいかに変わるのか。その答えは、徹底した川下戦略によるカスタマー・イン (Customer in) と顧客本位を貫き、「顧客認識とのズレの解消」に注力することだと考えています。

さあ、保険募集人の皆さん、すべての考え方や行動を顧客目線で洗い直してみませんか! (本書・はじめにより)

2018年5月20日発売
ただいま予約購入受付中!

著者紹介

上野直昭 (うえの なおあき) 一般社団法人保険健全化推進機構結心会 会長
一般社団法人全国保険代理店会 会長

山口県出身、広島県三原市育ち。上智大学法学部法律学科卒。来店型保険ショップ創業から保険ショップ事業に携わり、全国に保険ショップが拡大する基盤を作り、一般社団法人保険健全化推進機構結心会を主宰し、幅広い人脈を活かし、保険代理店等に役立つ情報発信と常にお客様目線で役立つコンテンツ提供をしている。

CONTENTS

第1章★保険ショップはなぜ巨大販売チャネルに成長したのか

1. おもてなしで急伸
朝は掃除からスタート／朝の挨拶／お客様への電話連絡／午後のゴールデンタイムはハンディング／接客時のおもてなし／SNSの怖さ／セールスマンである前にヒューマンを育てる
2. 多くの保険代理店の工夫を共有化できた
3. 個人のバランスシートをもとに提案
4. 自ら保険を見直したい中間層がターゲット
5. 東日本大震災による圧倒的な来客
6. 後手に回った売り手教育
7. このとき結心会はどう動いていたか？
保険ショップの「多様化」／中間層から富裕者層へのターゲット変更／アフターフォロー

第2章★保険業界を取り巻く環境の激変

1. 金融庁・ガイドラインの度重なる改正
2. マツキヨのB2Cチャレンジの怖さ
3. ロボット対応の保険ショップが登場
4. ビールを飲みながら保険相談!?
5. リーズがなくなって保険募集人が消えた!?
6. 銀行窓販の変化
7. 保険ショップの変化
8. インフルエンサーによる保険募集
9. LINEの保険参入

★どうなる？ マツキヨ、LINE、ドコモ、ニトリ、ヤマダ電機の保険参入！

★オンデマンド保険、オリジナル保険の登場で、保険は売る時代から作る時代に!?

★AI、フィンテック、ロボット、異業種参入…。

潮目を迎えた保険業界で、保険募集人&代理店の皆さんはいま、サバイバルの真只中にいます。変化しない者は3年以内に淘汰・廃業に!？ 安心してください。打つ手は無限にあります。新しい時代の保険営業&代理店経営のヒントを紹介しましょう！

第3章★大きく変わる保険の概念

1. インシュアテックの進展
システムの刷新・統合等によるスリム化／保険金支払いのAI活用／保険提案そのもののAI活用／フィンテックに相次ぐ巨大投資／リスクの個別最適化／リスク回避による予防
2. P2P (PEER TO PEER)
レモネード (LEMONADE) ・2015年創業／レモネードにソフトバンクグループが出資
3. オンデマンド保険
トロブ (TROV) ・2012年創業／損害保険ジャパン日本興亜損保がトロブに出資／日本でもオンデマンド保険がスタート
4. 保険販売のスキームを変える保険
「BOUGHT BY MANY」・2011年創業
5. 全く新しい概念によるスマホの保険(?) 登場
申込みがシンプル／保険料は月々最低 200円台から加入可能／リスクも割引も友達とシェア
6. GOJO
ROSCA／株式会社ブレインキャットのGOJO
7. オリジナル保険の活用
胸毛保険／学業成績で異なる自動車保険料／サッカーで母国チームが負けた際のトラウマ保険／宇宙人誘拐保険／少額短期保険業者／フックとしての役割が高まる少額短期保険
8. 保険販売チャネルの変化
株式会社NTTドコモ／株式会社ニトリ／株式会社ヤマダ電機／販売チャネルの主体は調剤薬局ドラッグストアになる／医療費削減は国策／調剤薬局に求められる健康サポート薬局としての機能／健康保険組合の動き／ドラッグストアも変わろうとしている／みんなの健康ラウンジ／調剤薬局ドラッグストアとセミナー共催／みんなの健康ラウンジは三方良しのスキーム

第4章★保険代理店が勝ち残るために

1. 雨降りの三つの対策
信じられる天気予報を確保すること／雨を避けるための傘を持つ／頑丈な建物の中に入る
2. リスクマネジメントに活路を見出す
3. 保険外収益で経営の安定化を図る
家電を売る／楽活／家系図／婚活／パーソナルジム／スマートフォンの修理／障がい者支援出張洗車／散骨／がんの早期発見をサポートする「まも〜る」／ブランド品買い取り／学生寮の斡旋／まだまだ保険外収益は未曾有にある／唯一無二の存在になる
4. お客様にとってオンリーワンになる
5. 地域連携でオンリーワンになる

注文 FAX 03-3366-7708

 近代セールス社

書籍タイトル 顧客本位の 変わる保険営業 上野直昭 著 四六判・264頁	価格(税別) 予価 1,700円	注文冊数 冊	送付先住所 (会社名) (電話番号)
	斡旋価格(税込) *5冊以上ご購入で 1,469円		

お問合せ：株式会社近代セールス社出版企画室(担当：会田圭)まで Tel 03-3366-3601