

事業 テーマ別一覧 ライブラリ

<<前の記事 | 次の記事>>

2010年12月09日 テーマ: 人保険販売

人保険で会社を変える

AD全国プロ会では、10月～12月「スタートダッシュコンテスト」を実施中です。

今回は増収・増益部門の第三分野新規件数で全国トップ（52件・11月末速報）と好スタートを切っている岡山支店岡山第二支社所属の株式会社山陽保険センター（太田一郎社長）を紹介します。

■「タフ医療の保険」取組のきっかけ

あいおいニッセイ同和損保の創業月である本年10月は、株式会社山陽保険センターの設立25周年を迎える月でした。25周年の節目にあたり、組織体制の充実（営業2課制・バックオフィス拡充）や給与体系の異なる社員採用、社員のアイデアにもとづく路面電車の広告掲載等さまざまな施策を打つ一環として、同社としては設立以来初のキャンペーンとなる「タフ医療の保険キャンペーン」を実施しました。

従来より、同社は生命保険では大きな成果を挙げていましたが、太田社長と営業部長が大半を取り扱い、営業スタッフはモノ保険中心の営業になっていました。

あいおいニッセイ同和損保の誕生とAD全国プロ会の「スタートダッシュコンテスト」は、モノ保険中心の営業スタッフが医療・生保などの人保険の世界に踏み込む契機になると太田社長は考え、同社25周年の取組としてキャンペーンを実施することにしました。

■営業スタッフの意識が変わった！

まずは全社員の自主的な勉強会を受けて、社員それぞれが担当のお客さまの中から「若い夫婦」や通院特約のニーズが訴求しやすい

「子供のいるお客さま」を中心にリストアップしました。これは、今回の「タフ医療の保険キャンペーン」を一過性のものに終わらせず、今後10年、20年にわたって保険ニーズが高い子供のいる家庭に同社が人保険分野に強いことをアピールする効果も狙ったことです。



株式会社山陽保険センター
太田一郎社長

メルマガ登録

メルマガ登録 更新情報をお届け

あいおいニッセイ

あいおい

TOPICS

イベントカレンダー

2010/12/08 会長・副会長会議

2010/11/05 会長・副会長会議

2010/10/01 「スタートダッシュ」スタート

2010/10/01 あいおいニッセイ

先月の記事

当月の記事

支店・本部プロ会 活動

絞り込みたい地域をクリック

そして、キャンペーンが単なる声かけに終わらないよう、同社の毎日の朝礼では、前日の成果や反省点や成功事例などを共有し、毎週水曜日の営業会議では、各自が目標意識を失わず、お互いに切磋琢磨するために追い込みを図りました。



営業スタッフのお客さまは、今まで自動車保険や火災保険などモノ保険のお取引しかない方も多く、そうした意味では、第三分野を含めた生損保をオールラウンドでお任せいただいているとは言い難い状況でした。しかし、そういう方に対して「タフ医療の保険」をご提案しているわけですから、お客さまとしては、これまで知らなかった医療分野の情報提供を受けて「自動車保険や火災保険を任せている山陽保険センターさんに医療保険も任せたい」などの声があがると同時に、営業スタッフからも「商品の幅が広がった」との喜びの感想も出てきました。

わずか2週間の短期キャンペーンでしたが、営業スタッフ10名の全員稼働により、10月単月で38件の成約に結びつき、その流れを受けて医療保険販売が営業スタッフに定着し、11月までに52件（10月～11月始期分まで）という成果に繋がりました。

そして、太田社長の狙い通り、モノ保険中心だった営業スタッフが人保険の世界を知り、第三分野にとどまらず生命保険の見積作成も急激に増えているという効果が現れてきたのです。



■人保険で会社が変わる

太田社長は、代理店を開業した当初より新種保険に力を入れてきました。現在、新種保険の収保は1億円を超え、新種から開拓した大口法人顧客を多数抱えています。新種保険で開拓した法人から多数の生命保険の法人契約を獲得し、代理店手数料収入を事業拡大のため再投資してきたのです。

そして、生命保険の法人契約を獲得し続けてきた経験から、「営業スタッフ全員がお客さまへ人保険の提案を絶えず続けられれば、必ず医療保険や生命保険は獲得し続けられる。その収益は更なる事業拡大と企業としての成長のため絶対に不可欠だ」と言い切ります。

さらに、太田社長は、「医療保険や生命保険を全員がコンスタントに売り続けられれば、全員が人保険の収益に気づく。すると全員が経営者感覚を持つようになり、会社が変わる」とまで考えています。今回のキャンペーンの狙いは、まさにそこにあったのです。



■損保代理店の素晴らしさを伝えたい

同社は、25周年の節目にあたり路面電車への広告を実施しました。この狙いについて太田社長に聞いてみると「岡山市内を走る路面電車への広告は、お客さまへのPRもさることながら、山陽保険センターの社員のためでもあるんですよ」と笑顔で言います。そして、社員に「山陽保険センターで仕事をして良かった」と感じてもらい、この仕事に夢を持たせたいと考えているからなのです。

「保険代理店という仕事は本当に素晴らしい。私はそれを心から感じているし、その素晴らしさを社員全員に教えたいのです。そのためには、更にタフ医療の保険や生命保険に積極的に取り組んで、保険代理店を家業から会社へ、そして企業へと発展させていかなければならないのです」と太田社長は熱く語ります。



■会社が変わる

同社は、広告戦略や豊富なノベルティ（常時200種類以上）、リクルート会社を通じた採用や管理者養成教育・ISO9001の取得などが特長ですが、2005年のISO取得とバックオフィスの整備は大きな転機になりました。年を追うごとに、問い合わせやクレーム対応が圧倒的に減少し、営業スタッフの活動も満期更改中心の営業から新規開拓営業に変わってきたのです。

そのおかげもあって、同社は、2010年10月は損保の単月成績で1,000万円の増収を達成しました。今回の「タフ医療の保険」への取組開始により「医療保険」という新しい成長分野が加わり、その結果、営業スタッフ全員の生命保険稼動が始まれば同社はさらに大きく成長し、太田社長が目標とする「日本一の代理店」に大きく近づくことでしょう。



次のアンケートにお答えください。

■第三分野商品で自社独自のキャンペーンを実施したことがありますか？

- ある
- ない
- 検討したい

■閲覧いただいているあなたご自身の役職をお教え下さい。

- 店主（社長）
- 役員
- 従業員（営業）
- 従業員（事務）
- 他

[<<前の記事](#) | [次の記事>>](#)

ご案内事項	新日本新聞より
ご連絡事項	本部プロ会
スタートダッシュコンテスト	環境取組
ツール	生命保険
ニッセイ協業	社会貢献
モーター連携	野田Report
中崎Report	A D全国プロ会
支店プロ会	C S（顧客満足）

Copyright © Aioi Nissay Dowa Insurance Company, Limited