



柴田和子著『止々堂々のセールス』  
東洋経済新報社  
定価 1,365 円（税込み）

**Copybook:** 『ゼロからのマーケットを作り』……………  
営業経験も前職からのお客様もないまま生保販売をスタートした著者は、友人知人の300人の見込み客リストを作り、『私の練習台になってください』と率直にお願いする内容の葉書を出した。一気にそこを廻って187件の契約を頂き、それを起爆剤にして大きく飛躍していった。……………  
生命保険会社に入社当時、彼女と同様に営業経験がなかった自分にとって、この本はもってこいのお手本になりました。

顔も定かでない名刺つながりの人、出身大学・高校の名簿など、柴田氏にあやかって300人の名簿を作り、リストの頭から『会って話を聞いて下さい。15分で結構です。』と手書きした葉書を作りました。

葉書を投函しては、それが到着した頃に電話を入れる。電話をかけるには勇気がいりましたが、ハガキを差し上げて電話をしないと失礼になります。結果として、投函する行為がTELアポする勇気に欠ける自分のお尻を蹴飛ばしてくれました。

かくして、私の生まれて初めての営業活動はスタートしました。

葉書を前もって出しておいた場合、アポの取れる確率はそうでない場合の3倍に高まりました。特に相手の顔を知らない場合、それは顕

著でした。これほど手軽で有効な方法はほかにありません。

葉書はアポのほかにもかなり活用してきました。

・面談、ご契約・ご紹介のお礼状

・法人のご契約では社長のほか、経理部長にもお振込みのお礼状  
・街で出会ったお客様には『思いがけずお会いできて嬉しかった』  
・保険会社スタッフにお世話になった場合は、その上司にもお礼状

こうしたことを積み重ねていくと、自分の周囲の出来事が良いサイクルで回り始めます。見えないところでいろんな方が助けてくれるからだと思います。

功利的に考えてはいけませんが、『あなたと出会えて嬉しい』『感謝している』というメッセージを送ることは本当に大事だと思います。売上に結びつかなくても、自分の周囲に味方を作っていく努力をするのとしのないのでは時間の経過とともにその差は大きくなっていきます。

それに、人と気持ちが通じ合ったという実感を持つことは何より嬉しいことでしょうか？

さて、300人の名簿ですが、結局そのリストの最後の人まで行き着きませんでした。挫折ではありません。お声かけした9割以上の方に会っていただくことができました。そして、300人のリストの最後にたどり着く前に、有難いことに、ご紹介のサイクルが回り始めたからです。

生命保険セールスでの重要なポイントは、まずはお客様に『話を聞いてください』と率直にお願いすることだと思います。この本を実践した経験から、『直球で思いを投げ込むと、想像以上に相手は動いてくれる』ということを学びました。