

YSコンサルタント

「サンタ営業メソッド」提供

愛・感謝の発想と行動

営業コンサルティングや企業研修、教育教材の開発・販売などを手掛けるYSコンサルタント(東京都中央区、岡田基良社長)が提供する「サンタ営業メソッド」が、保険業界から注目されている。同メソッドは、真のコンサルティングセールスを実現するために開発されたもので、従来のビジネスの価値観を越えた「愛」と「感謝」という斬新な切り口から発想し行動する手法だ。同社はセミナーやコンテンツ提供などを通じて同メソッドを身に付ける機会を提供しており、受講者の中には営業成績が大幅にアップした保険募集人が多数いるという。また、保険会社の新入社員研修などにも取り入れられている。同社の創業者(現会長)で同メソッドの開発者でもある佐藤康行氏に、同メソッドの特徴などについて聞いた。

して2006年に同社を立ち上げた。

エゴのチャンネルから愛のチャンネルへ意識変革

同メソッドのプログラムでは、会社や営業社員個人のノルマ、収入、業績に縛られ、自分の都合や欲だけで行動する営業スタイルを「ドロボー営業」、営業社員自身の人間の成長を重視し、顧客の都合に合わせて与える



「エゴのチャンネル」から「愛のチャンネル」への意識変革を促す14の質問(答え)



商品の付加価値を可視化する「付加価値預金通帳」

保険募集人の成績が大幅にアップ

飲食店経営者になる夢を持って、生まれ育った北海道から上京した佐藤氏は、飲食店勤務からセールスマンに転身し、化粧品や宝石、教育プログラム

ことに専念した結果、顧客に喜ばれ、収入・業績が付いてくる営業スタイルを「サンタ営業」と位置付け、顧客から「奪う」のではなく「与える」と感じる人もいます。

商品の付加価値と顧客の美点を可視化

同メソッドでは、こうしてマイナスイメージを「エゴのチャンネル」、プラスな考え方を「愛のチャンネル」と位置付け、14の質問を通じてエゴのチャンネルから愛のチャンネルへの意識変革を促す。

保険営業に特化したコンテンツを開発

同社では今後、新たに開発したコンテンツのPRに取り組みとともに、同メソッドの認知度をさらに高めていくため、東京だけでなく全国で同メソッドが学習できる場を設けていくとしている。

岡田氏のように、同メソッドを身に付けたことで成績がアップする受講者が増えてきたことから、同メソッドをベースにした営業コンサルティングや企業研修、講演会、教育教材の開発・販売などを手掛ける会社と

「やめる」と言われたら無理かな」と感じる人と、「やめるの言葉も一時的な心の変化に過ぎず、必

佐藤氏は「人間は記憶でできている、思考は現実になることから、過去の失敗経験を引きずつて

「付加価値預金通帳」は、商品の付加価値を可視化・理解することを目的に、付加価値として考えられることを全て書き出すためのツールだ。例えば、医療保険の死亡保障であれば、保険商品の

同メソッドの特徴は、インプット型ではなくアウトプット型であること。自分で考えて実践することから即効性や継続性、再現性が高く、成果が出るまでのスピードも早いという。現在までに多くの保険募集人が受講しており、受講後3カ月

で成績が数倍に伸びるなど、短期間でトップセールスになったケースも多数ある。また、国内生保会社の新入社員研修や新任営業所長研修などにも取り入れられており、保険業界における人材育成にも貢献している。

同社では保険営業に特化した新たなコンテンツを開発し、提供を開始した。同コンテンツは、あらゆる業界の経営者やリーダーを対象に提供している「真我開発講座(本当の自分に出会うための講座)」の保険営業版で、DVD3枚組となっており、日本一を最低基準に世界一の保険営業を目指すための意識改革プログラムが収録されている。ウェブサイトなどから購入することが可能だ。



佐藤氏

田氏の社長を務める岡田氏も同メソッドを身に付けたセールスマンの一人。安田生命(現明治安田生命)の営業所長だった時に佐藤氏に出会い、

例えは、「サンタ営業」を身に付けるための14の質問がある。具体的には、営業社員に対して「顧客に、やっぱりやめておくれよ」と言われたら、どう思っか」という質問をする。そうすると

同メソッドでは、こうしたマイナスイメージを「エゴのチャンネル」、プラスな考え方を「愛のチャンネル」と位置付け、14の質問を通じてエゴのチャンネルから愛のチャンネルへの意識変革を促す。

同メソッドでは、こうしたマイナスイメージを「エゴのチャンネル」、プラスな考え方を「愛のチャンネル」と位置付け、14の質問を通じてエゴのチャンネルから愛のチャンネルへの意識変革を促す。

同メソッドでは、こうしたマイナスイメージを「エゴのチャンネル」、プラスな考え方を「愛のチャンネル」と位置付け、14の質問を通じてエゴのチャンネルから愛のチャンネルへの意識変革を促す。

同メソッドの特徴は、インプット型ではなくアウトプット型であること。自分で考えて実践することから即効性や継続性、再現性が高く、成果が出るまでのスピードも早いという。現在までに多くの保険募集人が受講しており、受講後3カ月

で成績が数倍に伸びるなど、短期間でトップセールスになったケースも多数ある。また、国内生保会社の新入社員研修や新任営業所長研修などにも取り入れられており、保険業界における人材育成にも貢献している。

同社では保険営業に特化した新たなコンテンツを開発し、提供を開始した。同コンテンツは、あらゆる業界の経営者やリーダーを対象に提供している「真我開発講座(本当の自分に出会うための講座)」の保険営業版で、DVD3枚組となっており、日本一を最低基準に世界一の保険営業を目指すための意識改革プログラムが収録されている。ウェブサイトなどから購入することが可能だ。