



Απολαύστε τους «χυμούς» των «κέντρων επιρροής» και πάρτε συστάσεις

Οι καλύτερες πηγές σας είναι οι ήδη ασφαλισμένοι και οι συστάσεις. Μπορείτε να δείτε τους ασφαλισμένους σας κατά τη διάρκεια της ημέρας. Ελέγξτε τα αρχεία πελατών σας και θα δείτε πόσους λίγους πρέπει να διαγράψετε από τα πρωινά ραντεβού.

Με μια καλή σύσταση, μπορείτε να δείτε σχεδόν οποιονδήποτε μέσα στην ημέρα. Καλό είναι να εξασφαλίσετε περισσότερους ασφαλισμένους και περισσότερα κέντρα επιρροής για να αποκτήσετε συστάσεις και περισσότερη δραστηριότητα.

«Μήπως πρέπει να ρωτήσω τον ασφαλισμένο μου για συστάσεις;»

Η LUTC και η LIMRA έκαναν μία διεθνή έρευνα σε περισσότερα από 4.000 νοικοκυριά.

Το πρώτο πράγμα που οι ασφαλισμένοι είπαν στους ερευνητές, είναι ότι οι ασφαλιστές δεν ζητάνε συστάσεις! Μάλιστα, σχεδόν 2 από τους 3 ανθρώπους που βλέπετε, λένε ότι ποτέ δεν τους ζητήσατε συστάσεις! Ο αριθμός είναι μεγάλος. Πολλοί μπορεί να ξέχασαν ότι κάποτε τους είχατε ζητήσει συστάσεις. Αλλού, ίσως εσκεμμένα να μην τις ζητήσατε. Όπως και να είναι, υπάρχουν πολλοί που δεν τους έχετε ζητήσει συστάσεις. Και που θα σας έδιναν ονόματα ευχαρίστως, αν τους το ζητούσατε. Από αυτούς που απάντησαν ότι τους ζητήθηκαν συστάσεις, μόνο 60% είπαν ότι έδωσαν ονόματα υποψηφίων πελατών. Γιατί έδωσαν ονόματα; Το 59% είπε ότι το έκαναν γιατί είχαν φίλους που χρειαζόταν να ασφαλιστούν. Το 23% είπε ότι το έκανε γιατί συμπαθούσαν τον ασφαλιστή τους. Το άλλο 10% είπε

ότι εμπιστευόταν τον ασφαλιστή και την εταιρία του. Και το υπόλοιπο 10% είπε ότι ο ασφαλιστής τους είχε προτείνει μια καλή κάλυψη.

Συστάσεις

Αύριο επικοινωνήστε με μερικούς γνωστούς, για να σας υποδείξουν ανθρώπους που θέλουν να ασφαλιστούν και τους έχουν μιλήσει για σας, επειδή πιστεύουν στις ικανότητές σας, στην εταιρία και στα προϊόντα της.

Μελετήστε τις κάρτες των ασφαλισμένων σας και αναρωτηθείτε:

Με ποιους ασφαλισμένους ευχαριστήθηκαν την πώληση;

Ποιοι μου άρεσαν σαν άνθρωποι; Ποιοι είχαν προβλήματα, στα οποία έδωσα με περηφάνια μια λύση;

Ποιοι είχαν μια απασχόληση ή μια δουλειά που με ενδιέφερε;

Με ποιους ασφαλισμένους ένιωσα ότι είχαμε κοινά ενδιαφέροντα;

Υπάρχουν κάποιες ομάδες πελατών, που να ήμουν εξαιρετικά αποτελεσματικός στο ποσοστό κλεισίματός μου;

Οι απαντήσεις σας, θα καθοδηγήσουν τις δραστηριότητές σας.

Διαλέξτε την αγορά που σας αρέσει περισσότερο, την αγορά που είσαταν πιο επιτυχής.

Πρέπει να είστε πεπεισμένοι ότι μπορείτε να βοηθήσετε αυτή την αγορά και ότι είστε χρήσιμοι. Πρέπει να έχετε εμπιστοσύνη ότι μπορείτε να πουλήσετε, γιατί έχετε ήδη πουλήσει σε άλλους παρόμοια πράγματα. Θα πρέπει να ανακαλύψετε τα ειδικά προβλήματά τους –επαγγελματικά και προσωπικά– γιατί έχετε λύσει και άλλα παρόμοια προβλήματα.

Εφ' όσον μπορείτε να τους μιλήσετε στη γλώσσα τους και αφού γνωρίζετε τους φίλους σας, και τους γνωστούς τους, μπορείτε να τους πλησιάσετε ευνοϊκά. Τότε η επαφή μαζί τους θα έχει ευνοϊκά αποτελέσματα.

Αυτή η προσέγγιση μπορεί να επηρεάσει την επιλογή των κέντρων επιρροής και των ασφαλισμένων σας, και να καθορίσει την αναζήτηση, έτσι ώστε να αντανάκλα τις δικές σας δυνάμεις.

Η Οργάνωση Μετράει!

Τώρα, ας ρίξουμε μια ματιά σε μερικές μεθόδους οργάνωσης που θα κάνουν το ωράριό σας αποδοτικότερο.

Τα ραντεβού είναι το σπουδαιότερο μέρος της δουλειάς σας, γι' αυτό πρέπει να διατηρήσετε το ενδιαφέρον του υποψηφίου πελάτη σας, ώστε να μην σκέπτεται άλλα θέματα όση ώρα θα είναι μαζί σας. Τον έχετε ήδη πλησιάσει και έχετε επιβεβαιώσει το ραντεβού, στέλνοντας του ένα γράμμα. Στο γράμμα αυτό, αντί να γράφετε μόνο «Αυτό θα επιβεβαιώσει το ραντεβού μας για την επόμενη Τρίτη στις δέκα...», καλό είναι να εσωκλείσετε και ένα σημείωμα όπως «Αυτό είναι το θέμα που θα ήθελα να σας μιλήσω», ή «Ενδιαφέρομαι να πάρω πληροφορίες γι' αυτό το θέμα την επόμενη Τρίτη».

Μπορείτε ακόμη να εσωκλείσετε ένα απόκομμα από οικονομική εφημερίδα, απόκόμματα από περιοδικά, ή ένα απόκομμα από μία διαφήμιση. Το κυριότερο είναι να του κινήσετε το ενδιαφέρον.

Συγκεντρώστε την Προσπάθεια

Συντονίστε τις προσπάθειές σας κατά γεωγραφική περιοχή. Αποκτήστε περισσότερα ονόματα υποψηφίων πελατών σε μια γειτονιά. Αυτό θα σας βοηθήσει να γεμίσετε τις ώρες της ημέρας με δραστηριότητα. Και συγχρόνως, θα μεγαλώνετε την αγορά σας. Οι επιτυχημένοι ασφαλιστές εργάζονται περισσότερο έντονα και λιγότερο εκτεταμένα. Έτσι δημιουργούν αγορές, κυκλώματα εργασίας και αποκτούν περισσότερους ασφαλισμένους.

Ίσως ένα παράδειγμα μπορέσει να σας δείξει πώς να χρησιμοποιείτε επιπλέον εργασία με την ήδη υπάρχουσα δουλειά σας, ώστε να έχετε περισσότερη απόδοση.

Ένας ασφαλιστής είχε ένα εξοχικό κοντά στην παραλία και μία ζεστή καλοκαιρινή μέρα αποφάσισε να τελειώσει γρηγορότερα τη δουλειά του, για να πάει στο εξοχικό του να κολυμπήσει. Στο δρόμο όμως, άρχισε να νιώθει ένοχος και έτσι αποφάσισε να σταματήσει σε μερικά καταστήματα, από όπου κατάφερε να πάρει 25 ονόματα υποψηφίων πελατών από τους ιδιοκτήτες αυτών των καταστημάτων, που ήδη γνώριζε. Σε μικρό χρονικό διάστημα, η διαδρομή από το σπίτι του στο εξοχικό, είχε γεμίσει από ασφαλισμένους. Ήταν τόσο απλό και αναρωτιόταν γιατί δεν το είχε εκμεταλλευθεί νωρίτερα.

