

とっておき、成功する集客の方法

前編 FPが知っておきたいマーケティングの基礎知識

相談顧客が
どんどん
増える!

「独立しても集客できるか不安だ」「せっかく独立したのに、お客さまが集まらない」「HPや広告を出しているのに反応がない」など、集客に困っているFPは少なくありません。「集客」はマーケティングです。どれだけFP知識が豊富でも集客に関する専門知識がなければ、お客さまを集めることはできません。そこで本特別企画では、今号と次号にわけて「とっておき、成功する集客の方法」をお届けします。

執筆 株式会社FPプライス 代表 石塚 駿平

集客に成功するには 専門知識が必要

「思うように集客ができなくて困っています」
これは、独立しているFPの方から本当によく聞く言葉です。「お客さまのために、本場に役に立つアドバイスをしたい!」
「客観的な立場から、ベストな選択ができるようなサポートをしたい」
このような想いを持って独立をしたにもかかわらず、集客ができ

ないばかりにFPとしての事業を軌道に乗せることができない。そんな悩みを抱えている方はかなり多いはずだ。

相談実務と「集客」は、まったく別の活動です。相談実務に関してどんなに豊富な知識を持っていても、それだけでお客さまが集まってくるわけではありません。そこで、FPとして独立をし、事業を回していくためには「集客」に関する知識を身につける必要があります。

しかし、独立開業をしているFP

FPが集客できるようになれば その恩恵を受けられる人が増える

Pの多くは、この「集客」に関する知識が抜け落ちてしまっているのです。そのため「20万円のお金を払って折り込みチラシを配ったのに、誰も反応してくれなかった」「ホームページを作ってみたけれど、まったく問合せが来ない」など、このような失敗をする方が後を絶ちません。

一般のお客さまにとっては、FPに相談をすることによって老後

の生活をより楽しめるようになっていたり、家計を数百万円単位で節約できたりするわけですが、FPに集客力がないばかりに、その恩恵を受けることができないといった現状があると思います。これは、社会的にも非常にもったいないことのように思います。

筆者は現在、独立系FPが集客できるようにアドバイスやサポートを行っています。例えば、ホームページやメールマガジンの使い方を改善して集客したり、ダイレクトメールを活用して個別相談の案件を獲得したりするなど、FPの集客活動を直接的に支援しています。

本稿では、こういった活動から得た「FPが集客に成功するためのメッセージ作りのポイント」をお伝えしていきたいと思えます。これからお伝えする内容は、すでに独立開業されているFPの方はもちろん、これから独立を考えているFPの方にも活用できるものです。

なぜFPの集客は 難しいのか?

FPの場合、集客をする難易度は、他の業界と比べると難しい傾向にあります。
なぜFPが集客するのが難しいのか。その理由は、「FPという存在が一般的に認知されていない」からです。
他の業界で考えてみましょう。例えば、歯医者や整体院だと集客をするのは比較的簡単です。なぜなら、歯医者や整体院の場合「そこに行く」といったことが起こるのかわかっているからです。

「虫歯になったら歯医者に行けばよい」「腰が痛くなったら整体院に行けばよい」と一般的に認知されているため、消費者がそこにたどり着くまでのハードルが低いのです。

しかし、FPの場合はそうはいきません。

FPは一般的に どう認知されている?!

一般的な消費者の頭の中には「FPに相談をする」という選択肢はほとんどありません。試しに、FP資格を持っていない知人に「どんなときにFPに相談するの?」と聞いてみてください。ほとんどの人は「いや、わからない」と答えるでしょう。

それだけFPという存在は、まだまだ認知されていないのです。FPが何を行っている人かを正しく理解している消費者は少なく、「保険の人でしょ?」「資産運用の関連の人だっけ?」「どんな仕事をしているのかわからない」など、

集客の前にまず 「一般感覚」を持つ

次に強調したいのは、「一般感覚」を持つことの大切さです。どういうことかというところ、一般消費者が持っている知識レベルやお金に対する理解度を把握し、

それに合わせたメッセージを発信する必要があるということです。FP資格取得のために勉強したり、本誌「ファイナンシャル・アドバイザー」で実務知識を学んだり、他のFP仲間と情報交換を重ねていると、だんだんと専門知識の詰まった頭になっていくものです。

もちろん、お金についての知識が豊富なことはFPにとって不可欠なことですが、その状態が続いていると、知識がある状態が自分の中の「普通」になってしまっています。

そうなるとう、普段使う言葉や説明の仕方がその水準をもとにしたものとなってしまい、一般の消費者がなかなか理解できないものになってしまう場合が多いのです。「専門家だと思ってもらえそうだからいいんじゃないの?」と思われるかもしれませんが、一般の消費者に専門的すぎる話をするのは、実は「百害あって一利なし」なのです。



FPの存在はまだ認知されていない