**The Phone Does Ring: Get Introductions from Centers of Influence
電話は鳴る： 後援者から紹介を得るために**

**Paresh Shah**

私は世界一見込客探しがヘタです。知り合いに紹介を依頼することができません。何とかして見込客探しをしなくて済むようにいろいろなことを試しました。飛び込み営業、住宅ローンを組んだ方に手紙を書く、リタイアメントに関するセミナーなど。しかし、ある出来事で状況が一変しました。ある時飛び込みで会計士を訪問したところ、ちょうどその方がアドバイザーを変えようとしていたそうです。私の投資の知識を評価してくださり、ある勘定の管理を託してくださいました。その後、残りの勘定もすべて私に預けてくださいました。そして見直しの面談のたびに、少しずつ彼に年金の活用、資産税対策、子どもの学費の積み立てなどファイナンシャル・プランについて指導していきました。2年ほど経過したある日、電話がかかってきました。私に担当してほしいクライアントがいるとのことでした。とても複雑な案件でした。そこで、シニア・パートナーに同行してもらい保険料5万ドルもの案件をクローズすることができました。

それまでの私は小型案件しか扱った経験がありませんでした。その保険料5万ドルの案件のおかげで（シニア・パートナーと折半でしたが）私は初めてMDRT入会の資格を得ました。税務戦略を必要とする経営者の案件は非常に大きいことを実感し、さらに会計士からの紹介だったので比較的速いペースでクローズすることができました。それ以来10年間ずっとその方向のビジネスに注力しています。

**後援者は誰？何が難しい？**

ここでいう後援者はクライアントに信頼されている専門家や士業で、影響力のある方々です。クライアントはその方の推薦であればこちらの提案を受け入れやすく、その人に紹介された人を信用します。（訳注 後援者を英語で影響力の中心 Center of Influenceと言います）見込客は後援者を信頼していて、後援者が皆さんを信頼していれば、既に信頼感のある環境で面談を行うことが可能です。その環境が整っているとクロージング率は高く、よりスムーズにまとまります。会計士、弁護士、損害保険のブローカー、牧師、ウェルス・マネージャーなどがふさわしいでしょう。私にとっては会計士が一番相性が良い関係です。違うタイプの後援者との相性が良い方もいらっしゃるでしょう。

気をつけるべきことは、影響力のある方々は自分の影響力をガードしたがります。一番の心配は自分が紹介した人が手抜きしたり、ザツな仕事をしたら自分の評判に傷がつくことになりますので、絶対にそのような事態を避けようとします。ある時、私は若いご夫婦と素晴らしい信頼関係を構築していました。ご相談いただいた結果、貯蓄のお手伝いをして、マイホームの購入も可能になりました。その際、住宅ローンを組むためのブローカーを紹介してほしいと言われたので、知り合いを紹介しました。ところが数日後、メールが届きました。Pareshへ。あなたはいつもきちんとした仕事をしてくれるので信頼していたのですが、Joe Blokeは人に勧めない方が良いと思います。あなたレベルのサービスを提供する人ではなかったし、実際私たちは若干損をしました。ありがたいことに、そのご夫婦は私とのビジネスは残してくれましたが、その後はいかなる紹介も求められませんでした。彼らに対する私の影響力も下がりました。後援者にはそんなことは絶対に起こらないと安心してもらえるだけの関係が必要です。

後援者との信頼関係を構築するプロセスは四つのパートに分かれていて、かなりの部分が重複しています。

**リストを作る**

まずはリストを作るのがステップ１です。皆さんの国や会社の規定にもよりますが、紹介手数料を払えるか払えないかで二分することができます。どのマーケットに注力したいかを考える。そのフィールドでコンタクトできる知人をリストにする。もしかすると専門家の名前や電話番号など一人も知らないかもしれません。一番簡単な方法は既存のクライアントに問い合わせることです。自分がアプローチしたい専門家4-6人のリストを作成します。また後援者になれそうな方を知っていそうなクライアント4-6名の名前も挙げてください。

**初回のアポと初回面談**

初めて電話をかける時は「あなたのビジネスを理解したい、私がビジネスを繰り返し紹介できるのではないかと考えている。そしてあなたにも私の仕事を理解してほしい」というスタンスが必要です。初回の面談では後援者の仕事内容について質問をして、理想のクライアント像について教えてもらいます。このプロセスで、その方がどのようなクライアントやマーケットで活動しているかを把握することができます。そして、自分はそのマーケットに興味があるか、あるならば自分のスタンスを後援者にどのように伝えるべきでしょうか。ここでそのマーケットについて検討し、どのような方を後援者に紹介してもらいたいかを考えてください。初回の面談後、2回目の面談では自分のビジネスについて先方に伝え、どのようなクライアントを紹介できるかを伝えます。

**連絡を維持**

ソーシャル・メディアを含めて後援者とのコンタクトを維持し、興味のありそうな記事を見つけたら転送してください。会計士とのビジネスを継続するために、私は会計士の資格維持に必要なセミナーを開催しているのでお招きしています。受講することで無料で必要な受講履歴を与えることができるので、自分はエキスパートというポジショニングができます。自分のネットワークに誘うためにゴルフやイベントに誘い、お互いの知り合いの輪を広げていきます。どういう分野に興味があるか、将来的にどんなビジネスを紹介できるかについても考えながら交流を続けます。関係を維持するために自分はどういうことをするべきかも考えてください。

**電話が鳴る時**

後援者が紹介をするための電話をかけてきたら、きちんとお礼をすることをお忘れなく。紹介された方との進捗状況は逐次後援者に報告してください。もしクライアントが許可し、後援者が望むのであれば、提案内容を後援者にも説明してください。慎重な方であって、最初の数回このプロセスを踏むことによりその後は後援者への報告や提案内容をシェアするプロセスは不要になるでしょう。そうなっても進捗報告はこまめに行いましょう。

このプロセスを導入した結果、私は今まで以上にこの仕事を楽しみ、案件はスムーズに進み、経済的にも恵まれるようになりました。Good luck!