



LIMRA Talent Solutions International (LIMRA人材ソリューション・インターナショナル)

Producer Development

(募集人育成) シリーズ

301: ファイナンシャルアドバイザー スキルトレーニング

カリキュラムの概要

この5日間のコースでは、総合金融サービスの世界において顧客にアドバイスを与えることの基本について学びます。本コースでは、全体的なファイナンシャルプランニングプロセスを詳細に分析し、富裕層市場での見込客の特定とアプローチ、顧客との詳細な事実確認面談の実施といった主要分野のスキルを募集人に提供します。募集人は、顧客のニーズと商品をぴったり一致させ、顧客に即時に行動をとる意欲を起こさせる方法を学びます。本コースは、しっかりした保全サービス、長期的な信頼関係の構築、倫理に則ったビジネスの実践と、あらゆる国において政府の規制を遵守することに重点を置いています。

コースの開始

ファシリテーターが LIMRA について紹介し、プログラムについて予期すべきことを受講者に説明します。受講者は、自己紹介をしてからコースの目的を検討し、学習体験における自己の役割を確認し、各自の主な懸案事項について話します。この初期の段階で受講者にどのような知識があるか把握するため、コース前テストが実施されます。

ファイナンシャルプランニングの必要性

受講者は、一般市民にとってのファイナンシャルプランニングのメリットと、金融サービスにおけるキャリアの利点について討論します。死亡、障害、そして経済的自立に関する統計データと、それらのデータから示唆される事柄について考察します。最後に、受講者は真の競合となる相手は何か（顧客の可処分所得を巡る競争であること）と、見込客や顧客にとって自分が販売する商品ではなく他のものを購入することのほうがなぜ魅力的に映るのかを分析します。

ファイナンシャルアドバイザーという職業の変遷

産業の成長の3段階について検討した後、受講者は世界中ではっきりと表れている業界のトレンドについて考察します。受講者はチームに分かれて、こうしたトレンドが自分のビジネスにどのように影響してくるか、変化の時代に生き残り成長するにはどのような備えをすべきかを分析します。受講者は、業界がより顧客の総合的なニーズに応える金融サービスビジネスへとどのように進化したか学び、従来型のエージェントとファイナンシャルアドバイザーとの違いについて討論します。商品のプッシュ戦略とプル戦略のコンセプトについて取り上げ、受講者は顧客のニーズに応えることによって顧客を自分に引き付けることの利点を学びます。ソリューションをしっかりと事実確認、及び顧客のニーズや目的へ集中させることに結びつけるスキルを含めて、ファイナンシャルアドバイザーが備えているべき知識とスキルの要素について検討します。最後に、受講者は従来型のファイナンシャルプランニングプロセスと、それが DOME という実用的なプランニングプロセスからどのように変化してきたかについて考察します。

倫理とファイナンシャルアドバイザー

倫理はこの時代において重要な課題であり、受講者は、今日の顧客に接するうえでの行動規範の必要性について理解します。受講生は、高い誠実さを持っていること、客観性を維持すること、能力を向上させること、公正であること、秘密を守ること、勤勉であること、常に究極のプロであり続けることのメリットについて検討します。仮想のアドバイザーの判断によって倫理が損なわれる可能性がある状況を描いたいくつかのシナリオが受講者に提示されます。シナリオに描かれた状況は現実的なもので、受講者は状況を分析し、自分がそのケースのアドバイザーだったらどうするかという判断を迫られます。受講者は、自分の誠実さが試される状況はほぼ日常的に生じる可能性があり、自分がとる行動について正しい判断をすることの重要性を悟ります。

ファイナンシャルプランニングプロセスの心理学

見込客または顧客に有効なセールスをするには、その見込客または顧客と良好なコミュニケーションをとり、相手を理解する必要があります。受講者は、自分が見込客に与える第一印象の重要性について考察し、自分がどのように見えるか、自分の話し方がどのように聞こえるか、そして自分の言うことがきわめて重要であることを知ります。成功しているような立ち振る舞い、身体の空間の取り方、アイコンタクト、アドバイザーと顧客双方のボディランゲージについて検討します。このセッションには、交流分析というコンセプトについての議論も含まれます。この社会心理学理論は、私たちが見込客や顧客との面談で効果的にコミュニケーションをとるのに役立ちます。

ファイナンシャルプランニングプロセスの各ステップ

このセッションでは、コースの残りの部分に進む前の準備をします。市場を見つけることから良質な顧客サービスの提供まで、ファイナンシャルプランニングプロセスの9つのステップについてこのセッションで詳しく検討します。提案型セールスというコンセプトについて、「つながる」、「促す」、「質問する」、「確認する」、「提供する」という提案型セールスの5つのスキルも含めて検討します。また、金銭の時間的価値というコンセプトを実用的な72の法則と合わせて取り上げ、これらのコンセプトを試してみるための適切な表と現実的な問題を受講者に与えます。

自分の顧客と、事実開示の価値、ファイナンシャルプランニングプロセスの価値について知る

この職業で根本的に変化したことは、かつてないほど深いレベルで顧客を知るために費やされる時間と努力です。あなたが提示するソリューション設計は、顧客のニーズ、優先事項、願望、懸念、そして顧客自身のリスク許容度にさえもぴったり整合したものでなければなりません。顧客とその顧客が置かれた状況をよく知れば知るほど、よりの確に有益なアドバイスを提供し、適切なファイナンシャルソリューションを勧告しやすくなります。これに加えて、顧客が事実開示作業全体を通して自らの情報を明確に伝えようとすることによってプロセスに当事者意識を持つようになり、将来勧告されたことを実行に移すことに対するコミットメントが生まれます。これは、従来の取引型のアプローチよりもずっと顧客中心的なファイナンシャルプランニングアプローチです。

上質な顧客の探し方

受講者は、ファイナンシャルプランニングプロセスの1つ目のステップをもとに、市場と、うまくいけば後に長期の顧客となるような上質な見込客の見つけ方を検討します。このセッションでは、総合的なファイナンシャルプランニングとの親和性が最も高くアドバイザーのサービスにより大きな利益を享受する層である富裕層市場を主に取り上げます。LIMRAが最近富裕層市場について実施した広範な調査に基づき、受講者は、この収益性が高い層の特徴と、顧客の願望に基づいて市場をさらに細かく区分する方法について学びます。最後に、アップスケール100ツールを受講者に紹介します。このツールは、受講者が富裕層に属する個人の中から自分のターゲット層を特定するのに役立ちます。

見込客へのアプローチ

ファイナンシャルプランニングのプロセスにおいて最も重要な2つのステップについて取り上げ、上質なリードを有望な見込客へと変える高度な技術を受講者に紹介します。受講者は、事前アプローチの重要性、見込客への最初のコンタクト、アプローチ、見込客とのミーティングの設定について理解します。受講者は、事前アプローチ書面の書き方とアポイントメントを獲得するための成功する見込客への電話の仕方を学びます。受講者は電話アプローチの会話例を与えられ、現実的な状況のロールプレイを行い、アポイントメントを獲得するための電話をかけ、反論に答えます。ストーリーテリングの重要性を受講生に紹介し、適切なストーリー、特に自分自身の経験を語るストーリーがい

かに見込客の心を動かして事実確認を完了することに同意させられるかを示します。

初回面談 – 事実確認

初回面談は、見込客とファイナンシャルアドバイザーの初めてのミーティングであり、多くの点で重要です。受講者は、見込客が面談に入る前にアドバイザーに対して通常抱いている4つの主な質問への答え方を学びます。4つの質問とは、「あなたは何者か?」、「あなたは自分の仕事を十分理解しているか?」、「私に対して何をするつもりか?」、そして「この面談から私が得るものは何か?」です。受講者は、見込客を納得させ事実確認プロセスを開始させる目的で、信頼を得るためのステートメントと冒頭ステートメントを作成し、習得します。

事実確認の完了

このセッションは受講者が事実確認を習得するのに役立ちます。事実確認は、プロのファイナンシャルアドバイザーと普通の「プッシュ型」のセールスパーソンとの間に一線を画す、ファイナンシャルプランニングプロセスの1要素といえるでしょう。受講者には、詳細な顧客像が得られる詳細事実確認と、時間的制約がある場合に用いることができる略式事実確認という、2種類の事実確認を紹介し、詳細事実確認が系統立てて説明され、計算例が提示され、受講者は実際に自分でフォームを使って練習する機会を与えられます。ロールプレイは、このセッションのスキル開発の重要な部分です。受講者は、このセッションの終了までに、顧客の目標や目的、現在の状況、リスクに対する姿勢、目標や目的を達成するために必要な事柄についての考えなど、顧客についての重要な情報を集める方法を習得します。この情報を入手することで、次のステップであるソリューション作成の準備ができます。

可処分所得を特定する

このセッションは、顧客が一定期間に行ったすべての支出と金銭的選択を項目別に整理するときに役立ちます。この作業は、顧客が目下の優先事項について考え、何らかの変更をする機会にもなります。これらの支出が項目別に整理されたら、アドバイザーは、支出をさまざまなソースからの所得と収入に照らして評価し、家族の予算を算定し、可処分所得があればそれも算定することができます。可処分所得は、顧客が使ったり、将来のファイナンシャルプラ

ニングプロジェクトや夢に投資したりする資金となります。

人生のさまざまな段階で生じる金融の機会と課題を特定する

私たちの金融のニーズと課題は、人生のさまざまな段階とともに変化していきます。子どものニーズは新婚カップルのニーズとは大きく異なり、退職期にある高齢の方のニーズともまた大きく異なります。ファイナンシャルアドバイザーは、顧客自身のその時のニーズや機会に基づいて顧客のお手伝いをすることができます。このセッションでは、そうした人生のすべての段階を見ていながら、さまざまな金融の機会や課題を検討することができます。

生命保険保障ニーズを定量化する

ファイナンシャルプランニングプロセスの後に行うこの作業は、必要な保障の金額をきわめて正確に算出する実際の数学的コンセプトと計算です。この金額は事実開示プロセスで集めた情報から算出するため、顧客がこの作業に全面的に関わるべき理由となります。集めた情報の正確さによって、結果の妥当性と最終的な勧告が左右されます。これは、アドバイザーのプロとしての行動を裏打ちする信頼性の基盤となります。すべての勧告は、ニーズを定量化する科学的で客観的なプロセスに基づいてなされます。

就業不能時の所得保障ニーズを定量化する

ファイナンシャルプランニングプロセスの後に行うこの作業は、必要な所得代替と保障の金額をきわめて正確に算出する実際の数学的コンセプトと計算です。この金額は事実開示プロセスで集めた情報から算出するため、顧客がこの作業に全面的に関わるべき理由となります。集めた情報の正確さによって、結果の妥当性と最終的な勧告が左右されます。すべての勧告は、ニーズを定量化する科学的で客観的なプロセスに基づき、全面的な信頼性とともになされます。

貯蓄ニーズや、短期目標または長期目標を定量化する

ファイナンシャルプランニングプロセスの後に行うこの作業は、こうした目標を達成するために必要な投資または拠出の金額をきわめて正確に算出する実際の数学的コンセプトと計算です。この金額は事実開示プロセスで集めた情報から算出するため、顧客がこの作業に全面的に関わるべき理由となります。集めた情報の正確さによって、結果の妥当性と最終的な勧告が左右されます。すべての勧告は、ニーズを定量化する科学的で客観的なプロセスに基づいてなされます。

退職プランニングのニーズを定量化する

ファイナンシャルプランニングプロセスの後に行うこの作業は、顧客の将来の経済状況をきわめて正確に予測し計画する実際の数学的コンセプトと計算です。この金額は事実開示プロセスで集めた情報から算出するため、顧客がこの作業に全面的に関わるべき理由となります。集めた情報の正確さによって、結果の妥当性と最終的な勧告が左右されます。すべての勧告は、ニーズを定量化する科学的で客観的なプロセスに基づき、全面的な信頼性とともになされます。

顧客のニーズの要約

このセッションでは、集めた情報が正確なものであることの確認に大きく重点が置かれます。集めた情報が不十分であったり不正確であったりすると、あなたの勧告は無益なものとなってしまいます。この作業は、アドバイザーにとって、顧客のニーズを要約し、顧客とのミーティングを終える前に同意と承諾を得る機会です。事実確認フォーム全体から集められたデータの一つひとつを見直し、顧客に確認してもらう必要があります。

データの分析とアドバイスの作成 – ソリューション設計段階

事実確認の後は、すべての情報を再確認し顧客のためにプランを立てる重要なタスクに進む、これがファイナンシャルプランニングプロセスの次のステップです。受講者はその段階的なプロセスを学び、顧客の目標や目的の内容に合った商品の選択を検討します。受講者は、図やパンフレット、フォームの作成方法と、顧客のための効果的なレポートの書き方

も学びます。ファイナンシャルレポートの見本一式が受講者に提供されます。受講者は、顧客の予算を見直し、顧客のニーズを満たすために商品を購入するための資金源を見つける方法も学びます。

ソリューションの提示（契約締結）

このセッションでは、顧客のニーズと目的を再確認し、ソリューションを提示し、顧客に行動をとる意欲を起こさせる効果的な勧告ミーティングの実施に向けた有効な知識とスキルを提供します。受講者には、いつどのようなことを言うべきかを知るための会話例が提供されます。受講者は、顧客がミーティング中に見せてもアドバイザーが見逃しがちな、購入の意思を示すさまざまな兆候について検討します。チーム練習では、受講者が、購入の意志を示す兆候に反応し、この重要な段階で用いるスキルを伸ばすために模擬の契約締結を試してみるロールプレイを実際に行います。

顧客の抵抗に対応する

勧告ミーティングの締めくくりにアドバイザーが顧客に行動をとることを促した際に、顧客に抵抗を示される場合があります。受講者は、さまざまな反論を認識し、対応する方法を学びます。反論に対応する5段階のプロセス（条件付け、理解、受容、解決、契約締結）を学んだ後、練習とスキル向上のためチームに分かれてロールプレイを行います。

紹介の依頼と獲得

受講者は、紹介を得ることの利点、良質な紹介を得るコツ、リードの紹介を依頼するステップについて学びます。ステップの効果的な実施方法のデモを見た後、受講者は、練習とスキル向上のためにチームに分かれてロールプレイを行う機会を与えられます。アドバイザーの振る舞いとプロとしての行動が紹介を依頼する権利の獲得につながります。受講者は、依頼の仕方と、紹介依頼をファイナンシャルプランニングとアドバイスのプロセスにどのように組み込むかを学ぶ必要があります。

顧客の区分と顧客へのサービス

顧客に良質なサービスを提供することはファイナンスプランニングプロセスを完成させることでもあり、受講者は、サービスに真剣に取り組むことの重要性を理解します。受講者は、サービスの5つの「R」について検討し、良質なサービスがいかに利益を生むかを説明するワークシートを講義中に完成させます。顧客ベースを区分するというアイデアについて取り上げ、受講者はその中で、あらゆる顧客が大切ではあるが、特定の顧客グループがより高度なサービスを必要とし、またそうしたサービスを受けるにふさわしいのはなぜかを判断します。受講者は、顧客ベースの区分別に、サービスのレベルを認識したサービス「誓約」を定めます。最後に、受講者は、顧客レビューサービス（通常は年1回実施される）と、その顧客にとっての重要性（たとえば、インフレが顧客のプランに及ぼす影響を相殺すること）について討論します。サービスについては、高度に規制された現在の業界におけるコンプライアンスの問題と関連させて討論します。

時間とビジネス目標の管理

このセッションでは、受講者は、ビジネスパーソンとして成功するために管理しなければならない2つの重要な要素である、時間とビジネス目標の管理について考察します。受講者は、資本投資的な活動と経常費用的な活動の違いを学び、自分の活動と時間の消費を一方の活動から他方の活動にどのように移行させるかを学びます。受講者は自分が時間をどのように使っているかを分析し、改善する方法を学びます。チーム練習に取り組むことで、受講者は自分たちに最もよくある時間に関する問題点を挙げ、そうした問題を防ぐためにとらなければならない対策を判断します。時間管理のさまざまな原則についても話し合います。

自分の将来を形作る

このセッションでは、受講者が新しい明確な認識と、決意と活力をもって本来の業務に戻る準備を整えることに集中します。コース後プロジェクトが課題として与えられ、受講者は、コースで学んだ事柄を現場での業務に実践します。コースでの学習の成果を測るため、受講者の最終テストが行われます。