

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

前回は、典型的な代理店経営者の一日を振り返りながら、「営業職人」として経営を続けていくこの問題点を掘り下げてみました。今回は、その問題点が会社に及ぼす影響が、成長段階でどのように現れるかについて確認してみたいと思います。

代理店経営は サバイバル レースなのか？

会社は生き物

よく「会社は生き物」という言い方がされます。一面では正しく、一面では正しくありません。というのは、実際に会社は人が成長するよう成長するものですが、成長を続ける会社はごくわずかであるという現実があるからです。成長には変化に伴うものですが、変化に対応できないものが、変化に対応できないものとして独立して

経営者II事業の「幼年期」

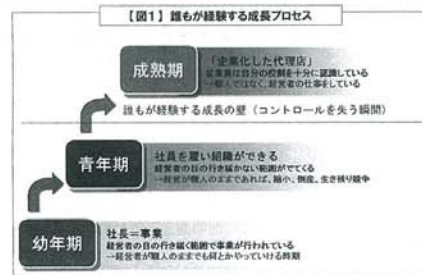
代理店として独立して間もない経営者は、例外なくやる気がみなぎっているものです。ロマンチック

い上司はいなくなり、自分のやりたい仕事を自分の好きなようにやれるのですから当たり前です。残業という感覚もなく、独立した喜びと不安を抱えながら、休日返上で目の前の仕事に没頭します。経営者II事業というものが会社における「幼年期」なのです。ただ、いくら独立の喜びをかみしめていたとしても、休日もな

く一日に15時間以上も働くようなやり方はいつか限界を迎えます。顧客が増えて手が回らなくなる。もしくは、更なる成長に向けて人材の採用を考えるようになります。その期間は、3年かそれかもしれません。10年かそれかもしれません。このままでは事業を成長させられないと気づいた時、会社の「幼年期」は終わりを迎えるのです。

「青年期」のような猛獣使いのような

「青年期」と「幼年期」との最も大きな違いは、従業員を雇い入れる場所ではない、と覚悟を決めれば、生き残ることも不可能ではありません。従業員を成長させるためには、従業員を雇い入れる場所を人を選ばず、家族や友人を怒鳴り散らしても事業を存続させようとする。しかし、いくらわめき散らしたところで、状況が良くなるわけではなく、むしろ、それよりも多く



のミス、突如の退社、か長くなる」と信じながら、生き残りをかけた戦いに挑み続けるのです。

根本的な解決は「成熟期」

このような状況を解決するためには何が必要なのか。優秀な営業マンでしようか。それとも大口の法人契約でしようか。いいえ、そうではありません。本当に必要なのは、次のステージに進むための準備です。急がず準備した会社だけが、青年期を経て次のステージ「成熟期」に進めるのです。そこでは、従業員は自分の役割を十分に理解しながら働き、経営者は「職人の仕事」に忙殺されることなく、経営者としての仕事を進めています。お客さまに他にはない価値を提供することによって喜んでもらう。その結果として十分な利益を確保することにも成功しています。つまり、成熟期を迎えた会社こそが、この3人のテーマともなっている「企業化した代理店」なのです。あなたの会社は、成長プロセスのどの段階にあるのか、企業化した代理店といえるのか、その準備はしているのか、一度振り返ってみてはいかがでしょうか。

誰も教えなかった! 5

保険代理店が「家業」から「企業」になる方法 シリーズ3

株式会社ブレインマークス
代表取締役 安東 邦彦

【プロフィール】
「情報提供型」営業を支援するマーケティング・コンサルタント/保険代理店のブランド化・営業の仕組み化を提唱している。著書：「営業のミカタ」
運営組織：保険と保険営業の社会的価値研究会
<http://www.hoken-kachi.com/>

社長が3か月不在でも 持続成長する代理店を目指す!