

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

前回は、社長が掲げる夢には2つの種類があることを紹介しながら、これからのプロ代理店が掲げるべき夢について考えました。今回は、プロ代理店が陥りやすい「職人型ビジネス」の特徴とその問題点について紹介したいと思います。

「職人型ビジネス」は成長に限界がある!?

プロ代理店のほとんどは「職人型ビジネス」

ほとんどのプロ代理店の社長は、「職人型ビジネス」をつくりません。「職人型ビジネス」とは、ビジネスが働くのではなく、社長自身が毎日現場で働くことによって、成り立つビジネスのことです。「職人型ビジネス」をつくる社長は、現場で働くことに美徳を感じていました。「誰よりも

自分しかできない仕事に誇りを持っている、今の仕事でそこそこ稼いでいる、という感覚を持っている、お客様から感謝されること、必死で働くことで、売上だけが上がっていきま

自分が働いて社員を幸せにするんだ!」「現場でお客様から感謝されること、必死で働くことで、売上だけが上がっていきま...」

業績不振の根本原因

この体験を保険業界のセミナーで話すようになってわかったことは、「私と同じ体験をしている代理店の社長」があまりにも多いということ。そのトラブルのきっかけは、キャパシティの限界、体力の衰え、気

力の衰え、本人のケガ、病气、あるいは社員のクレーマーなど様々です。しかし、本人が気づいていないかに関わらず、プロ代理店が破綻する大原因は、「職人型ビジネス」を作ってしまったことにあるので、破綻しないまでも、「売上が伸びない」「良い人材が見つからない」「家業から抜け出せない」といったような問題の多くは、「職人型ビジネス」に起因するのです。

社長は現場で働いてはいけない!

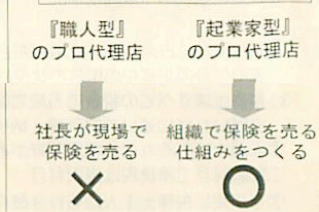
それに対して、プロ代理店を成長させている社長は「起業家型のビジネス」をつくらせています。「起業家型のビジネス」とは、社長が働くのではなく、ビジネス自体がどんどん働いてくれるビジネスのことです。

切実なものです。業績が伸びている会社であつてもそうではなく、社長は自ら朝から晩まで働いています。その実、社長は悩まだらけで、トラブルにまみれており、プライベートまでプロボロであることも珍しくありません。多くの社長がその泥沼から抜け出せず、そして抜け出す術も知らない、それが私の見た現実です。

プロ代理店価値向上の第一歩

私はこの10年、自らも中小企業を経営しながら、売り上げ拡大を支援するコンサルタントとして500社以上の企業の社長を支援してきました。その経験のなかで、多くの社長の悲鳴を聞きました。どれもこれもが「職人型ビジネス」を成長、プロ代理店の価値向上を本気で考えるなら、あなたが自ら現場で動き回っていないのです。あなたが何かを成し遂げたいならば、最初にあなたが変わらなければならぬのです。

【図】成長するプロ代理店とは?



誰が教えなかった! 19 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!