

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

前回は、プロ代理店の成長に欠かすことのできない「人材教育への取り組みとその姿勢」についてご紹介しました。今回は、組織力強化を実現する『保険営業の型づくり』について一緒に考えてみたいと思います。

『保険営業の型づくり』が組織を強くする！

人の悩みは
絶えない？

優秀な営業マンだった社長は、『自分の分身』を欲しがります。「自分」がもう一人ほしいが口癖の方も多いでしょう。しかし、これはかなうことのない夢物語であり、あなたと同じ能力をもった分身などあるわけがありません。たどえ、この夢物語が一時的に実現し

たとしても、その人材はすぐに独立してしまってしまう。

このような夢物語を信じている社長は、常に「人材」に苦勞し、従業員は、常に「自分の分身」を欲しがります。この文句ばかりを言っているのではないのでしょうか。では、優秀な人材に恵まれた保険代理店に、どのように人をすべきなのでしょう。その答えをマクドナルドに探してみました。

お客様を任せる 仕組み

今でこそ、世界で約3万店舗を展開しているマクドナルドも、1937年の創業当初は、マクドナルド兄弟がハンバーガーを焼き、テーブル客にも対応し、現場で必死に働いていたのです。マクドナルド兄弟は、まずその部分にミスを入れることに取り組みました。彼らは、「フォードの自動車生産方式」からア

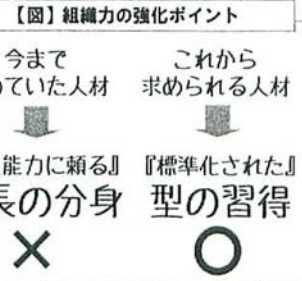
アイデアを得て、料理が個人的な技能に左右されない単純な調理方法を開発したので。ハンバーガーを焼くこと、ミルクシェイクを作ること、フライドポテトを焼くこと、包装すること、そしてカウンターで注文と会計をすることなど、すべての流れを標準化したので。彼らは、これらの業務の標準化によって、自分たちが現場で働かなくても同じ品質のサービスを提供することを実現したので。つまり、「お客様を任せる仕組み」を開発したので。

例えば、野球をうまくやるためには、投球フォームや打撃フォームの基礎を学び、何度も反復練習することが必要だと習うことが求められます。素振りやキャッチボールがそれに当たりません。空手や習字でも「型」があつて、その「型」を何度も繰り返し練習することが上達の近道です。つまり、保険営業が特殊であればあるほど、手本という名の「標準化された型」が求められます。

つまり、これからの保険代理店には、組織力が求められることは誰もが知っている。しかし、組織力を高めるために、『営業活動の標準化が必要だ』と本気で考えている人はまだ少数派です。営業標準化への取り組みには、営業対応を高いレベルで均一化した『型』をつくる根拠と、その『型』を反復練習する努力を怠らな

不器用な人材を活かす

これからの保険代理店には、組織力が求められることは誰もが知っている。しかし、組織力を高めるために、『営業活動の標準化が必要だ』と本気で考えている人はまだ少数派です。営業標準化への取り組みには、営業対応を高いレベルで均一化した『型』をつくる根拠と、その『型』を反復練習する努力を怠らな



と、手本という名の「標準化された型」が求められます。つまり、これからの保険代理店には、スーパー営業マンの「自分の分身」ではなく、標準化された「理想の型を習得した分身」を育てる努力が必要なのです。あなたの会社では、『営業の型づくり』に本気で取り組んでいま

誰が教えなかった! 26 保険代理店が「家業」から「企業」になる方法

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!