

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

前回は、プロ代理店の経営が「経営の技術」を学ぶことの大切さについて、深掘り下げて紹介しました。今回は、あなたの会社「よい人材」が育たない、集まらない理由について、二橋をえみさんと話します。

プロ代理店は、人材を育てる「学校」になれ!

求職者からみた代理店

プロ代理店の社長のほとんどは、「1から10まで済まない」とか「やる気があ

る人材が集まらない」「最近の若い奴は、草食系だ」と、社長のおメガネにかけた優れた人材がいらないことを嘆息します。そして、おきまりの言葉を言います。「給料を払って、俺が教え、ミスのフォローをしてい

る。ここは学校じゃないんだからいい加減、死ぬ気で働いてほしいよな!」

「気持ちはわかります。ただ、そろそろ真実と向き合おうべきではないでしょうか。真実とは、ほとんどのプロ代理店(プロ)が、入社1年目からでも、プロ代理店を指導するポジションにつくこと

「企業固有の技術や商品ブランド、ノウハウなどが強みとなっている」「歴史や伝統がある企業である」「全国や世界など、幅広い地域で働

るボジションに「給料」「待遇」もありません。実際、多くのプロ代理店の社長が息子や孫を会社に就職させているんじゃないですか。

「コミュニケーションが密で、一体感を求められる」「仕事と私生活のバランスを自分でコントロールできる」「ウェ

「あなたが社にどれくらい当てはまっているでしょう。優秀な人材はこのような条件の良い職場を希望するのです。はつきり申し上げると、アウトホームであることが会社の取りえであれば、社長が求める「優秀な人材」など、一生懸命に探しても来ないのが現実なの

「コミュニケーションが密で、一体感を求められる」「仕事と私生活のバランスを自分でコントロールできる」「ウェ


「あなたが社にどれくらい当てはまっているでしょう。優秀な人材はこのような条件の良い職場を希望するのです。はつきり申し上げると、アウトホームであることが会社の取りえであれば、社長が求める「優秀な人材」など、一生懸命に探しても来ないのが現実なの

32

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「家業のミカタ」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!

2015年卒業の大学生向けにリクルート社が行ったアンケート(働きたい組織の特徴)の一部を紹介します。以下が「働きたい組織」としてあがった会社の特徴です。

「優秀な人材は現れない、必要があるのです。」

「学校になる必要性」

「あなたが社にどれくらい当てはまっているでしょう。優秀な人材はこのような条件の良い職場を希望するのです。はつきり申し上げると、アウトホームであることが会社の取りえであれば、社長が求める「優秀な人材」など、一生懸命に探しても来ないのが現実なの

平凡な人材が活躍する会社

この真実を受け止め、私たち中小企業経営者がやることは、優秀な人材が現れないことを嘆くことではありません。平凡な人材を採用し、活躍する人材に育てることのできる会社になる、このことに心血を注がなければならぬのです。

例えば、ユニークな人材教育で有名なスターバックスでは、アルバイトは「トレーニー」として入社後、「バリスタ」を目指し、本人のやる気次第で、店長のマネジメントを行うシフトスーパーバイザー「さら」その上の「アシスタントマネジャー」「ストアマネジャー」「店長」とステップアップができるのです。

重要なのは、アルバイト本人が次のステップへの道筋を理解し、成長ができること、またその成長をサポートする教育の仕組みがあることです。スターバックスには、コピーの知識に関する社内試験で成績優秀者には黒いエプロンが与えられる「ブラックエプロン制度」(フラックエプロン制度)という仕組みもあります。

あなたが今、やるべきことがあります。それは、優秀な人材を採すことではありません。平凡な人材を優秀な人材に育てる学校にあなたの会社をすることなのです。