代理店経営情報

シンニチ代理店版

前回から、プロ代理店が知っておくべき、「組織戦略」についてシリーズでご紹介する取組みをスタートしました。今回は、前回のテーマ同様に、「組織図の意味と重要性」をより深く掘り下げることで、プロ代理店組織の現状と未来についてご一緒に考えてみたいと思います。

代理店の5年後の組織図を描けていますか？

プロ代理店組織の共通問題

プロ代理店の組織は大抵の場合、社長がトップ営業です。そのトップ営業が会社の数字の半分以上を挙げています。その他の営業マンはどうしているかと言うと、それぞれ数字を挙げる努力はしてはいますが、それほど優秀ではありません。その他には、過去に委託型、委任型と呼ばれていた人たちが数人いて、正社員にはなっていますが、高齢化が進み、歩合給で自由気ままに現状の契約維持に努めています。その営業を支える事務スタッフが数人いますが、事務仕事だけにこだわり、営業をすることはもちろん、電話更改をすることも必要以上に嫌っています。

このような組織は、収保が1億～5億円の状況、地域では優秀な代理店といわれています。しかし、今後の展望が描けずに迷っています。思い当たることはありませんか？

将来展望の不足

なぜ、このような優秀な代理店が将来展望を描けないのでしょうか？ このようなプロ代理店の店主が口を揃えて言います。

「今後は、収保は5億、10億円、地域でナンバーワンの存在感を持った代理店を目指しています。保険会社の戦略を理解し、地域で支社機能を担うような存在しか生き残れないと考えています」

「私たちは地域密着でお客様の暮らしに寄り添う存在となる代理店を目指しています。そのために、保険会社のブランドではなく、私たち独自のブランドが必要だと考えています」

もちろん、このような展望が悪いわけではありません。しかし最大の問題は、日本中の代理店が同じことを言い、漠然とした規模の展望しか描けていない、もしくは、その展望を実現する方法論や長期戦略を持っていないことなのです。そのため、短期的な規模拡大に目が向いてしまい合併話に振り回され、本当の意味で「今後の組織」について考え抜くことができないのです。

将来展望に基づく組織戦略

「あなたは、5年後、10年後のプロ代理店組織についてどのように考えていますか？」

「どのような組織になれば理想の組織と言えるのでしょう？」

あなたが本当によい組織を作りたいと考えるなら、この質問に明確な答えを持つようにしなければなりません。

この質問に答えるには、現状の組織を土台に考えては何も解決しません。なぜなら、冒頭で申し上げたように大抵の代理店は、保険業界の『過去の常識』によって作り上げられた歪(いびつ)な組織になってしまっているからです。

保険業法が改正され、保険代理業は新しいステージに突入したのです。『過去の常識』を脱ぎ捨て、『新しい常識』に対応した組織を白紙から創りあげなければなりません。もちろん、白紙といっても、今の組織をすぐ捨てるわけにはいかないでしょう。だからこそ、「あなたの会社の5年後、10年後の組織」を描くのです。そして、その組織を実現するための5年、10年の戦略をもつ覚悟が必要なのです。

5年後の組織図を描く

前回の紙面でもお伝えしましたが、組織図とは、会社の組織戦略を図で描写したものです。それは会社が正しく機能するために、会社の仕事がどのように設計されるべきかを表した組織計画でもあります。5年後の組織図とは、会社の未来の組織戦略を描写したもののことです。

あなたの経営するプロ代理店は、5年後にどのような組織になっているのでしょう？ 10年後は？ 未来に思いをはせながら未来の組織図を描いてみてはいかがでしょうか？

【組織図の役割】

①「役割と責任」の明確化
②「組織戦略」の見える化

↓

5年後の組織図が必要

誰も教えなかった！ 50

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！

☆新日本保険新聞社 新商品のご案内☆

大再編時代のサバイバルマニュアル 保険代理店経営セミナーシリーズ DVDビデオ／収録時間78分

個から組織へ変革を実現 100年続く代理店経営

～"変革"は1日にして成らず～

対談ゲスト 株式会社プリベンタス 代表取締役 矢島 護氏

インタビュアー 株式会社ブレインマークス 代表取締役 安東 邦彦

■"組織"は他社にマネされない"強力な武器"

家業から企業へと変革の必要が叫ばれるようになり、相当の月日が経過しました。しかしながら、まだまだ「組織」として会社を機能させることができていない、どのようにしたら「組織」として機能するプロ代理店をつくり上げることができるのか？ と苦悩されている方が多いのではないでしょうか？

それもそのはず。「組織」をまとめ上げ、ベクトルを合わせ、競合と一線を画する会社をつくることはカンタンなことではありません。ありとあらゆる障害が立ちはだかりますし、強い意志と覚悟が試されます。本当に機能する「組織」は、長い時間を掛け、丁寧に、慎重に会社を、組織をデザインし、戦略的につくり上げていく必要があるのです。

だからこそ、戦略的につくり上げられた「組織」は、簡単には真似することができない強力な武器となります。つまり、組織そのものの価値を高め、チームとして顧客に最高の価値を提供することができる組織づくりへの取り組みが、プロ代理店の価値を高め、他社との最大の差別化になるのです。

そこで、今回は"個から組織への変革"に取り組み、100年続く企業をテーマとした「組織づくり」を推し進めている株式会社プリベンタス"二代目社長"の矢島護氏をお招きして、これまでの取り組みや、実践のポイントなどをお話しいただきました。

本DVDを参考にしながら、皆さまも「組織づくり」に取り組んでいただけたら幸いでございます。

（企画・制作・著作：株式会社ブレインマークス）

特別価格 7,560円
（消費税込み・送料実費）
【定価10,800円】

■本DVDをご覧いただきたい方
- 組織としてお客様に選ばれる代理店づくりに取り組みたい方
- 家業から企業へと変革する道筋が見えずに困惑している方
- 元委託型社員たちの組織化に取り組んでいきたい方
- プロ代理店の組織づくりを真剣にお考えの方
- 真剣に採用活動に取り組んでいきたい方
- 代理店と共にプロ代理店のあり方を考える保険会社の方

主な内容

○「個」から「組織」へ改革した理由
- 二代目社長だからこその苦悩
- 未来永劫に残るために
- スーパー営業マンは真似できない

○業界環境の共有は1日にしてならず
- 徹底した社員との共有
- 今と今後について共有し続ける
- 今年のスローガン
- 理解を定期的にチェックする
- 携帯電話での連絡禁止
- 分業と役割の明確化

○社員教育と採用が成長のカギ
- 教育とは積み重ね
- 社員教育ツールとは？
- 内定者の両親との面談

○歩合給から固定給への挑戦
- 給与体系変更への挑戦と取組み
- 人事評価制度の導入と挑戦

○"組織営業"を実現させた方法
- 営業マンが行く先をつくる
- 法人向けにセミナーを開催
- 見込先の発掘がポイント

●FAX・HP注文書●
送信先 ㈱新日本保険新聞社
(FAX 06-6225-0551)
http://www.shinnihon-ins.co.jp/

DVD 20520 100年続く代理店経営 個

●会社名
●部支店名
●課支社名
●代理店名
●送付先（〒）
●担当者名
●TEL

新日本保険新聞社