

誰も教えたなかつた！ 86

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】

『収保10億円を実現する代理店づくり』
をコンセプトに代理店を支援するコンサルタント。代理店の組織化、ブランド化得意とし、保険代理店経営アカデミーを主宰。運営組織：プロ代理店経営アカデミー

<http://www.hoken.brain-marks.com/>

シリーズ3



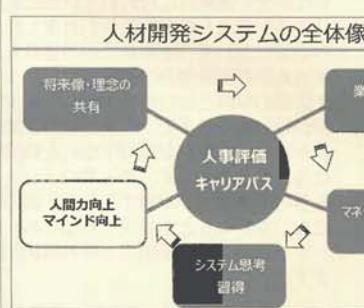
優秀さの
源泉は？

優秀な人材は、
なぜ優秀なのでしょう？

前回は、「経営理念・経営ビジョン共有」が経営に及ぼす影響について、深掘りしてみました。今からは人材育成システムの中でも最も重要な「人間力の向上システム」について一緒に考えてみたいと思います。ぜひ、あなたの会社に当てはめながら考えみてください。

社長が3か月不在でも持続成長する代理店を目指す！

皆さんは「優秀な人材がなぜ優秀なのか」を考えたことがありますか？ それは、「高いスキル」や「豊富な経験」でしょうか。それとも「深い専門知識」であります。例えば、「人間力の高さ」であります。例えは、「人間的成長が結果を生み出す」とあります。しかしそうです。



皆さんは「優秀な人材がなぜ優秀なのか」を考えたことがありますか？ それは、「高いスキル」や「豊富な経験」でしょうか。それとも「深い専門知識」であります。例えは、「人間的成長が結果を生み出す」とあります。しかしそうです。

優秀な人材は、
なぜ優秀なのでしょう？

生み出した「結果の一部」でなく、「なぜ優秀なのか」という問いの答えではないのです。

私たちが多く代理店の人事評価システムを構築してきた経験から導き出された「優秀な人材が優秀な人材であるゆえん」は、その人材が持つ「マインド」の高さ、「人間力」の高さ、「人間的成長」、「人間力の向上」を促すために注目すべき「2つのポイント」です。

ここから、「マインド」の成長、「人間力の向上」を促すために注目すべき「2つのポイント」

人間的成長を促すためには、人材は、この価値観を持つ人材は、自分の目的を達成する

タッフやお客様との信頼関係を築くことはできないでしょう。

営業としても、短期的な成果は上げられたとしても長期的な成果は難しいです。

「正しい行動」を共有することができれば、人間的成長を後押しすることができます。

優秀な人材は、
なぜ優秀なのでしょう？

生み出した「結果の一部」でなく、「なぜ優秀なのか」という問いの答えではないのです。

私たちが多く代理店の人事評価システムを構築してきた経験から導き出された「優秀な人材が優秀な人材であるゆえん」は、その人材が持つ「マインド」の高さ、「人間力」の高さ、「人間的成長」、「人間力の向上」を促すために注目すべき「2つのポイント」です。

ここから、「マインド」の成長、「人間力の向上」を促すために注目すべき「2つのポイント」

人間的成長を促すためには、人材は、この価値観を持つ人材は、自分の目的を達成する

タッフやお客様との信頼関係を築くことはできないでしょう。

営業としても、短期的な成果は上げられたとしても長期的な成果は難しいです。

「正しい行動」を共有することができれば、人間的成長を後押しすることができます。

代理店経営情報報

シンニチ 代理店版

「2つのポイント」をご紹介します。1つ目は「①価値観」です。

「②コンピテンシー」（行動特性）です。

「③行動特性」（行動特性）とは、物事仕事の対応した際に「どのような言動ばかりするか」です。

「④行動特性」（行動特性）とは、物事仕事の対応した際に「どのように行動する癖（特性）をもつていているか」です。

「⑤行動特性」（行動特性）とは、物事仕事の対応した際に「どう動くか」ではなく「どう動くか」に、私は注目します。例えば、「どう動くか」、お客様は「どう動くか」に正面からクレームを受けた際には、「どう動くか」が人に印象を与えます。優秀な人材は価値観が正しくないと、その原因を突き詰めれば、大半が本人の持つ価値観に行き着くのです。

「2つのポイント」を紹介します。1つ目は「①価値観」です。

「②コンピテンシー」（行動特性）です。

「③行動特性」（行動特性）とは、物事仕事の対応した際に「どのような言動ばかりするか」です。

「④行動特性」（行動特性）とは、物事仕事の対応した際に「どう動くか」でなく「どう動くか」に、私は注目します。例えば、「どう動くか」、お客様は「どう動くか」に正面からクレームを受けた際には、「どう動くか」が人に印象を与えます。優秀な人材は価値観が正しくないと、その原因を突き詰めれば、大半が本人の持つ価値観に行き着くのです。

「⑤行動特性」（行動特性）とは、物事仕事の対応した際に「どう動くか」でなく「どう動くか」に、私は注目します。例えば、「どう動くか」、お客様は「どう動くか」に正面からクレームを受けた際には、「どう動くか」が人に印象を与えます。優秀な人材は価値観が正しくないと、その原因を突き詰めれば、大半が本人の持つ価値観に行き着くのです。