

代理店経営情報

シンニチ代理店版

「コロナは一時的な脅威ではなく、「共存していかなければいけないもの」と捉えれば、「ウィズコロナ(コロナと共に)」を前提とした戦略を今まさに考える必要があります。今回は、予測不可能な時代にプロ代理店に必要な「ビジネス構築力」について一緒に考えてみたいと思います。

【コロナ対策特別企画】

複雑で予測不能な

VUCAの時代に必要なもの

VUCAが
もたらすもの

VUCA(ブーカ)とはVolatility(変動性)、Uncertainty(不確実性)、Complexity(複雑性)、Ambiguity(曖昧性)の4つの単語の頭文字をとった造語で、ブーカと発音します。取り巻く社会環境の複雑性が増し、次々と想定外の出来事が起こり、将来予測が困難な状況を意味する言葉です。2016年にはG20サミット(世界経済フォーラム)を筆頭に各経済会議で使用され、注目されるようになりまし

代理店経営に求められるもの

このように予測不可能な時代(VUCA)において、代理店経営者に求められるもの。それが、「ビジネス構築力」です。「ビジネス構築力」とは、顧客選り、商品選り、サービス形態選り、価値づけ、を行い「ビジネスモデルを生み出す力」

ことです。価値づけは別として、顧客選り、商品選り、サービス形態選りを通じて、個性的な代理店を生み出していく力が求められています。既に個性的な代理店を創りあげている経営者は、「ビジネス構築力」があるのです。

「ビジネス構築力」は、保険会社によっても異なります。すべてではありませんが、多くの代理店が、多岐にわたる代理店が、ほぼ同じビジネスモデルで運営されています。例えば、美容室は、美容師として他の店で修行してから、独立します。そのため、同じビジネスモデルの美容室が乱立するので、それと同様の業種が保

代理店としての ビジネス構築力を 鍛える

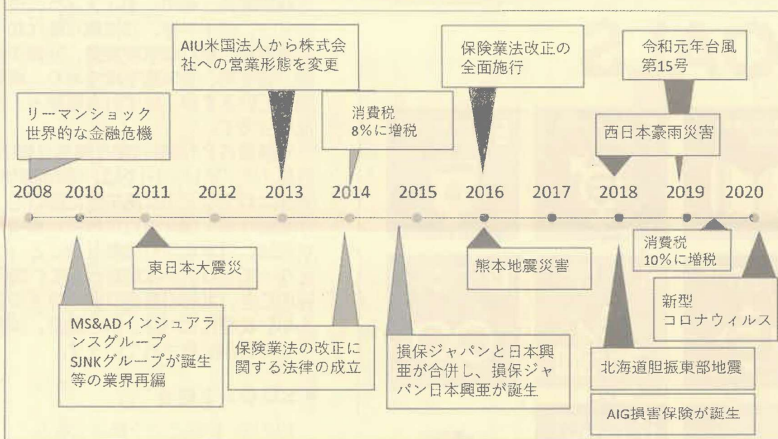
では、「ビジネス構築力」はどうすれば身につくのでしょうか。才能もあるかもしれませんが、やはり「経験」によって磨かれるものです。例えば、「法人開拓にめちゃくちゃ強い代理店ってどんな代理店?」、「多様な顧客率100%の代理店ってどんな代理店?」を考えた上で、

代理店としての

を構築して見るのです。もし、現業でイメージが湧かないのなら、レンタカーサービスを始め、他の商品の販売を始める等、なんでもいいのですが、保険代理業ビジネスが安定しているうちに、経験を積む必要があります。

ぜひ、「自社が将来どうありたいのか」という芯を持ち、ビジネス構築にチャレンジしてみてください。

過去12年を振り返ると



誰も教えてなかった! 93 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】
「取保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、ブランド化を得意とし、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/

社長が3か月不在でも
持続成長する代理店を目指す!