

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

代理店の大型化に伴い、組織化の必要性を感している方も多いのではないだろうか。そして、組織化していく中で、頭を悩ませているのが「教育」です。これまでの代理店においては、「コンプラ教育」以外には、「見て盗め」という教育文化の会社がほとんどでした。そこで今回は、『スタッフの教育方針』について考えてみます。あなたの会社を思い浮かべながら一読ください。

あなたの教育方針は、 弱み改善型OR強み強化型？

どちらの教育方針か？

スタッフの教育は代理店経営者の悩みのタネです。かく言う私も「見て盗め」「背中を見て覚えろ」という環境で育ってききましたから、スタッフ教育にたくさんの戸惑いがありました。スタッフを定める必要があるから

教育にどのような向き合えばいいのかからな。そんな悩みを抱える経営者は意外なほど多い。そこでご紹介したいのが、2つの教育の型です。【図1】代理店の教育を強化していくために、まずは「教育の型(方針)」を定める必要があるから

強みに焦点を当て、その強みをさらに強化し、成長を促すスタイルです。あなたの教育方針は、どちらの傾向が強いですか。

弱み改善型の 苦い経験

私は創業から約10年の間、「①弱み改善型」の教育をしていました。その方が成長のスピードが速いと考えたからです。私なりにいろいろと工夫

して試行錯誤を繰り返しました。その結論は、「弱み改善型の教育は短期的には効力を発揮しても、長期的には効力を発揮しない。なぜなら、社員の離職を生みやすい」からです。短期で成長したとしても、できないことを指摘する社長にも、会社にも愛着が持てなくなる。そして、離職する。このようなケースが多発したので。特に企業ブランドが乏しく、人間関係の濃い中小企業ではこの傾向が顕著です。その経験から、「強み強化型」の教育に変える

あるアパレル企業では、女性用バッグブランドを取り扱う有名企業では、スタッフの弱みを指摘するスタイルの教育を一切禁止しているそうです。理由はただ一つ。「弱みやできていないことを指摘する教育はモチベーションを下げるだけだ。信頼関係を壊すだけだ。利点がないから」と言うのです。では、全く注意や指導をしないのかという点、そうではありません。アプロ

弱み改善型の教育に慣れ親しんだ私たちの世代にとって、「②強み強化型」への切り替えは不安かです。しかし、効果は確かです。もし、あなたが「組織への愛着」と「スタッフの成長」の両方を表現したいのなら、「②強み強化型」の教育が鍵になるかもしれません。あなたが目指す会社には、どちらの教育がふさわしいでしょうか。改めて考えてみてはいかがでしょうか。

【図1】教育の2つのスタイル

①弱み改善型



できていないことを改善に向かわせて成長を促すスタイル

②強み強化型



できていることをさらに強化して成長を促すスタイル

会社の教育方針を決める

弱み改善型の教育に慣れ親しんだ私たちの世代にとって、「②強み強化型」への切り替えは不安かです。しかし、効果は確かです。もし、あなたが「組織への愛着」と「スタッフの成長」の両方を表現したいのなら、「②強み強化型」の教育が鍵になるかもしれません。あなたが目指す会社には、どちらの教育がふさわしいでしょうか。改めて考えてみてはいかがでしょうか。

誰も教えなかった！ 98 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】
『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！