

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

最近、「採用と教育」に関するご相談が増え続けています。そのほとんどが「募集人の高齢化に伴う、若手人材の採用と教育」についてです。しかしながら、何とか採用できたとしても、「どのように教育すべきか?」「どうすれば育つのか?」について悩んでいます。そこで今回は、「未経験者」「新卒」の効果的な教育法について、考えてみたいと思います。

「未経験者」の教育を

どうするのか?

代理店の採用事情

保険業界では、「経験者の採用(業績を持っている営業の採用)」が当たり前でした。しかし、これまでに痛い目に合った経験者から、「未経験者の採用」「新卒の採用」に取り組み代理店が増えています。組織化が求め

られている時代背景を考えるなら、未経験の若手人材を採用し、一から育てあげていくという考えは、時代に適していると言えるでしょう。しかし、「未経験者を採用しても、うまく育たない」「一人前になるまで時間がかりすぎる」。そんなフラストレーションも抱えるようになりました。

私は、その原因の一つに「保険会社の研修生制度」があるように感じています。教育を請け負ってくれ、給与まで補填してくれる。この制度は、採用後の負担軽減の意味でも、有効に活用すべきだと思います。しかしながら、「研修生に入れたら、悪い癖がついてしまった」、商品の知識は身に付くが、営業として何も教わっていない」という事象が後を絶ちません。このことは、利用する側の代理店にも問題があるのではないのでしょうか。研修生制度が万能でないという点も、身につけていくべきです。

「守・破・離」が教育の基本
かなり前から「未経験者」や「新卒」の採用を始めている代理店では、研修生制度の良い点を活用し、悪い点は自社で補う研修を実施しています。その研修には共通点があります。それは、失敗と試行錯誤を繰り返した結果、「未経験者」「新卒」に対しては、「徹底したまね」を教育方法に取り入れているということです。「まねこそが教育」という考え方で、

誰も教えなかった! 103 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!

「守・破・離」が教育の基本
「守」は、師の教え、型を忠実に守り、型を身に付ける。「破」は、他の師や流派の教えについても考え、良いものを取り入れ、心技を発展させる。「離」は、一つの流派から離れ、新しいものを生み出し確立させる。この「守・破・離」こそ、教育の基本があるのだと思うです。

「未経験者」の教育プロセス

守・破・離

- 1) 仕事の意味と価値
- 2) 成果のあがる考え方
- 3) 成果のあがる方法

具体的教育プロセス
ここで、ある代理店の新人に対する電話研修のプロセスをご紹介します。①電話対応という「仕事の意味と価値」と「心得(成果のあがる考え方)」を伝える。②優秀な先輩社員の電話対応の様子を録音・録画する。③録音を文字起こしする(外注)。④録音、録画、文字起こしを新人に渡し、電話の出方、声のトーン、相槌、表情、セリフも暗記して、完全コピーをしようとする。⑤練習方法をアドバイスする。⑥日時を設定して、完全にコピーできているかどうかをテストする。⑦テストに合格したら電話デビュー、不合格なら電話デビュー、不合格の理由を説明し、やり直させる。⑧合格したら、模倣を繰り返す。このプロセスを繰り返します。営業担当者の教育も提案ロープレという形で、同様の方法で教育しています。

模倣こそが近道
実際にやってみると、「自分なりの練習」よりも「優秀な先輩社員の完全コピー」の方が、圧倒的に成長が早いのだそうです。「仕事の意味と価値」と「心得(成果のあがる考え方)」を理解した上で、徹底的にまねる過程で、「うまくいっている理由」を体験し、その対応レベルの高さを理解するのは、これは、表面だけをモノマネしただけでは絶対にわかりません。もし皆さんが、未経験者、新卒の教育に課題を抱えているなら、まずは「仕事の意味と価値」「成果のあがる考え方」「手法」を徹底してまねてもらうこと、から、始めてみてはいかがでしょうか。