

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

事業の拡大のため、必死で働きながら、未来に漠然とした不安を抱えている。このような代理店が年々増えているように感じています。このままでは、「あっとい間に時間だけが過ぎ、数年たって変化したのは、歳を重ねたことと、保険会社からの要望が厳しくなっただけ…」という未来を迎えかねません。そこで今月は、色々なセミナーに参加しているにも関わらず、具体的な行動を起こすことなく、行動に迷いを生み出してしまったりする「セミナー・ジプシー問題」について考えます。

成長を阻む「セミナー」

「ジプシー」からの脱却

セミナー・ジプシーとは？

です。

「生き残る代理店になるため、さまざまなセミナーや講座で学びを重ねています。保険会社主催のものもあれば、外部のセミナーもあります。しかし、一向に現状が変わりません。勉強しすぎた

代理店の成長には、学びが必要不可欠です。しかし、時には学びがかわって経営に混乱をもたらすことも。たとえば、以下のご相談のようなケース

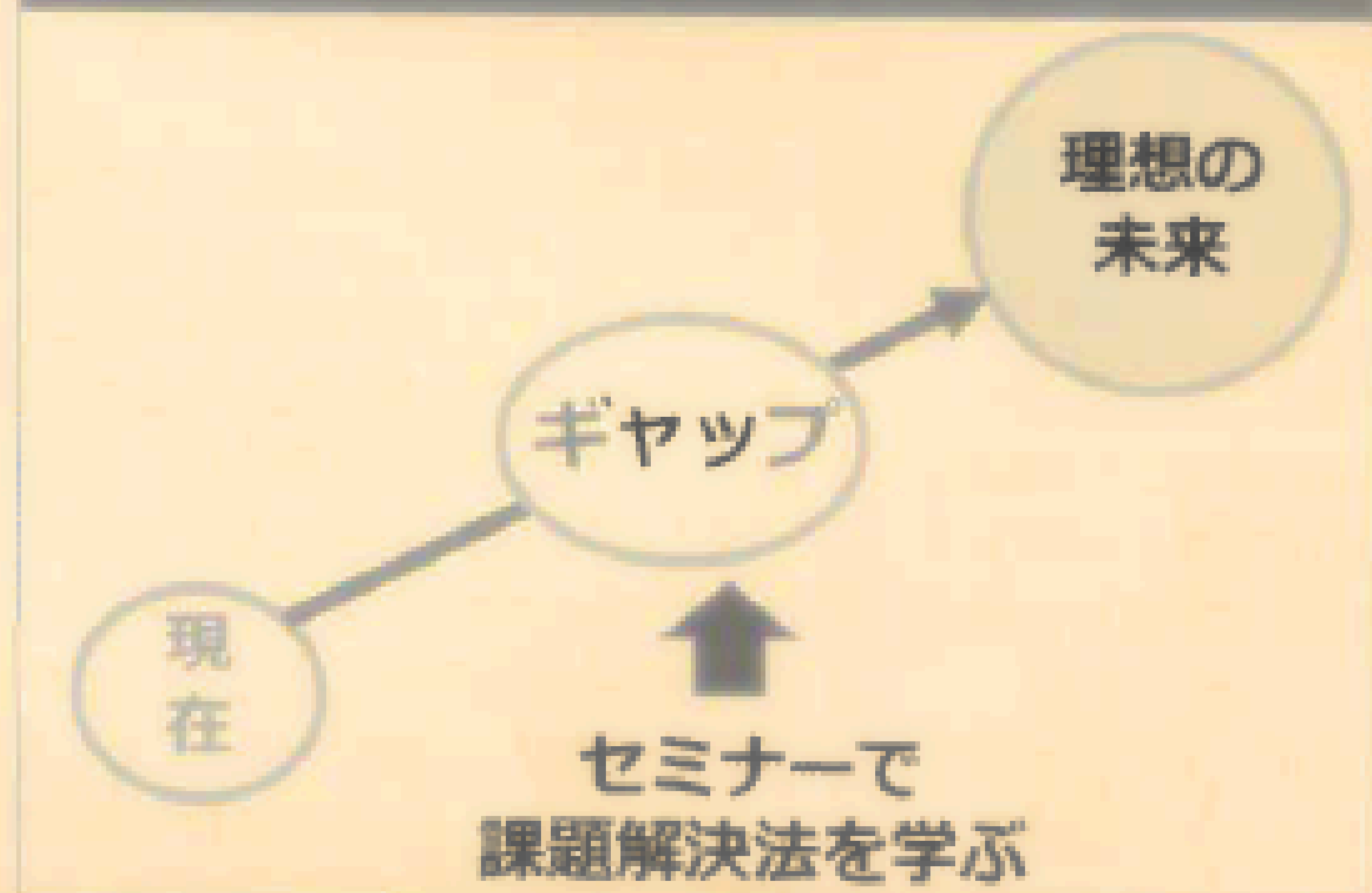
せいか、近頃は「何をすればよいのか？」も分からなくなってきました。この状態を抜け出すためには、どんな取組みが必要でしょうか？」

なかなか成果が得られない。答えを求めてさらに違うセミナーや講座を渡り歩く。保険代理店業界にも、こうした「セミナー・ジプシー」状態に悩む店主は少なくありません。

研修で変われない理由

なぜ、セミナー・ジプシーに陥るのでしょうか。セ

セミナー・研修の活用法



「解決したい課題」が明確になっていないこととあります。たとえば登山をするなら、「どの山に登るか」を決め、「その山を攻略する課題は何か？」を明確にしておくから、具体的な準備に取りかかります。

抜け出すための
具体策とは？

初めに目的地と課題設定を行うから、必要な準備や起こすべき行動が見えてくるのです。経営において同じように、まず、あなたの「理想の代理店」を思い浮かべてみ

では、どのようにすれば、セミナー・ジプシーを抜け出せるのでしょうか。「漠然とした何か」や「漠然とした不安」を具体的な目的や課題に落とし込むために何が必要なのでしょう。その手順は、まず、あなたの「理想の代理店」を思い浮かべてみ

理想とのギャップが課題

理想の代理店像を言語化できたら、改めて現在と理想とのギャップを洗い出してみる。そのギャップこそが組織の問題、課題になります。そして、そのギャップを埋めていくことが、あなたの理想に近づくために必要なことであり、「セミナー」に参加する目的となるのです。

目的が明確になると、セミナー・ジプシー状態を抜け出すことができるのです。ぜひ、一度学びの手を止めて、目的の明確化に集中してみてください。その挑戦こそが、あなたの会社が変わるための大きな一歩になるはずです。

誰も教えなかった！134

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】

保険代理店が持続的に成長するための組織化、経営の仕組みづくりを支援するコンサルタント。著書：『社長が3ヶ月不在でも成長する会社のつくり方』運営組織：プロ代理店経営アカデミー

<https://www.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！