

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

前回は、ビジネスモデルを変革するためには、「いったん立ち止まり、徹底的に成長に耐えうる仕組みづくりに時間と労力を注ぎ込むこと」の必要性についてお伝えしました。今回は、「現在のビジネスモデル」を点検しながら、経営者が「ビジネスモデルの変革」に取り組む意味について一緒に考えたいと思います。

今のビジネスモデルに

満足していますか？

幸せを生む
ビジネスモデル

変化を生み出さなければなりません。しかし、その反面、業績をあげることはそれほど必死にならなければいけません。死なないうものは、いかに生き残るかを考える必要があります。

あなたの会社は、「経営者の幸せ」と「社員の実現できるビジネス」を実現できるでしょうか？ もしそうならば、素晴らしいことです。もし、そうでないとするならば、実現するための

「スタッフは給与アップ、福利厚生充実、教育制度の充実、安定的な成長、短い労働時間、自由な有給休暇を望んでいる」ということばかりに勝手なことばかりに「増収のために走り回っている俺の気持ちにもなって欲しい！」

社長と社員のギャップ

「生保の販売に必死になつていては俺だけだ！」「もっと危機感をもって働いてほしいのではないか！」

誰も教えなかった！ 64 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】

「情報提供型」営業を支援するマーケティング・コンサルタント/保険代理店のブランド化・営業の仕組み化を提唱している。著書：「営業のミカタ」運営組織：保険と保険営業の社会的価値研究会

http://www.hoken-kachi.com/

社長が3か月不在でも
持続成長する代理店を目指す！

【図1】ビジネスモデルの点検

- 「自社といえば、●●」といった独自の商品・サービスがある
- 地域(市場)の中で、存在感をもっている
- メインとする商品・サービスの収益は順調に推移している
- 1人あたりの生産性は満足いくものである
- 計画的な営業活動で、順調に売上を伸ばすことができる
- 5年後も今のビジネスで拡大していくことができる

高収益ビジネスモデル

本当のこと。それは、

「高収益なビジネスモデルをつくり上げない限り、夢・ビジョンが実現できない！」「高収益なビジネスモデルをつくり上げない限り、人(経営者、社員)を幸せにできない！」ということではない。

「高収益なビジネスモデルをつくり上げない限り、人(経営者、社員)を幸せにできない！」ということではない。

独自性がカギ

「高収益なビジネスモデル」とはどのようなものなのでしょうか？

「高収益なビジネスモデル」とはどのようなものなのでしょうか？

「高収益なビジネスモデルをつくり上げない限り、人(経営者、社員)を幸せにできない！」ということではない。