

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

前回は、内務スタッフ、バックオフィスの仕事の役割や重要性から、代理店の組織化について考えました。今回は、代理店が取り組むべき「人材育成」とその目的について掘り下げて考えてみたいと思います。「人事育成」が必要だとわかっていながら、先送りになるのは、その「目的」が明確でないからかもしれません。

「人が育たない」と嘆く前に考えることは?!

「戦略の実現」 「人材育成」

は少ないのではないのでしょうか。
私は人材育成こそ、

「保険代理店にとって、人材育成は大切だと思いませんか?」という質問に、誰もがYESと答えるでしょう。しかし、「実際に人材育成に本気で取り組んでいますか?」という質問に、はつきりYESと答えられる代理店が、例えは、3年後に新規事業プロジェクトを立ち上げると決めた代理店が

誰も教えなかった! 81 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

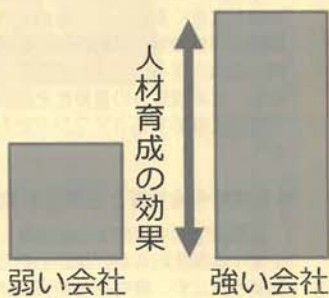


【プロフィール】

『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/>

会社の戦闘力が測れたら?



社長が3か月不在でも
持続成長する代理店を目指す!

会社の戦闘力が測れたら?

で、3年計画の人材育成になるでしょう。もし、この新規事業プロジェクトに人材育成計画が盛り込まれていないなら、戦力は不足し、新規事業が立ち上がらない、もしくは、失敗に終わるかもしれません。つまり、「経営戦略の実現」と「人材育成」は切っても切れないもののなのです。

人材育成は 個性的であれ!

の労働力が不足するとも言われているほどです。そんな厳しい環境下で、可能性の低い外部人材に期待するより、社内人材の能力向上を通じて、自社の戦略実現を図るほうが、現実的な施策です。少し話は変わりますが、漫画の「ドラゴンボール」をご存じでしょうか。「ドラゴンボール」では、スカウターという眼鏡で戦闘力を測定することが出来ます。もし、このスカウターで会社の戦闘力を測れたら、あなたの会社の戦闘力はどのくらいだと思いますか? 例えは、10人の代理店で、一人当たり戦闘力が仮に「5点」だったとするなら、会社の総合力は「50点」です。3年間の計画的な人材育成により、一人当たりの戦闘力が「7点」に向上したとします。会社の総合力は、「70点」です。当然ですが、営業力、顧客対応力、サービス提供力、事務処理能力を含めた総合力が向上したなら、会社は強くなります。戦略の実行力が格段に向上するでしょう。

「代理店の増収」「顧客満足度の向上」「顧客との信頼構築」「生産性の向上」に直結するのです。ただ、人の成長はゆっくりで、思い通りに行かないことも多いです。漫画のように戦闘力を数値で測ることが難しいため、その効果を実感しにくい分野でもあります。だからこそ、人材育成は、単に「他社でもやってるから」「必要だと思うから」「知識がつくから」というレベルの動機で実施すべきではないのです。人材育成の目的は、「戦略実行力を高めるか?」「人が育たない!」と嘆く前に、その目的を改めて考えることで、あなたの会社らしい個性的な人材育成の形が見えてくるのではないのでしょうか?