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、「あっという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、持続的な事業成長に欠かせない「営業力強化」と「組織力強化」の関係について、ご一緒に考えてみたいと思います。

「営業力強化」＝「組織力強化」に取り組んでいますか？

人が定着しない代理店

ある代理店で、人を採用しては辞め、採用しては辞めを繰り返していました。つまり、人材の採用と定着に課題を抱えていたのです。この問題を根本解決するために、採用と教育の仕組みづくりに着手し始めました。その取組みが始まるや否や「安東さん、ここ2か月、生保の新規が取れていません！ 社員に発破をかけるべきではないでしょうか?!」と真っ青な顔で経営者が私に問いかけました。しかしそもそもの依頼は、「立て続けに募集人が2名退職し、その引継ぎやフォローで営業も内務もてんてこ舞い。今は、引継ぎのお客さまに迷惑をかけないことが精一杯です。良い人材の採用と定着の支援をしてほしい」ということでした。

「組織力強化」と「営業力強化」

「落ち着いてください。ここ数か月の生保の新規数字で、業績や手数料率に大きな影響が出たりしますか?」と聞くと、「いえ、大丈夫です。今年度目標には到達していませんが、昨年は上回っています…」と、我に返った様子で落ち着きを取り戻してくれました。これは、日常の一コマのように見えるかもしれませんが、私はこの様子に伸び悩みの原因を見た気がしました。それは、「組織力強化」と「営業力強化」の関連性が経営者に見えていないということです。

今の状況は、人が定着しないから社内が混乱する。新人ばかりだから紹介が増えない。紹介が増えないから業績が伸びない。当然ですが、今月の生保数字を追いかけるよりも、社員の定着や組織づくりに力を注ぐ方が重要なことは明らかです。しかし、売上が一時的に下降すると、経営者本人が過剰に反応し、方針自体を覆そうとする…。

組織力強化＝営業力強化

改めてお伝えすると、売上は企業活動の結果です。どんなに優れた戦略を打ち出しても、その戦略を実行するのは人です。つまり、人が定着し、成長することを通じて、組織が強くならなければ、売上も伸びないのです。だからこそ、組織を強くしていく過程では、敢えて「組織づくりに注力する時期」が必要なのです。この事実に気づいていない代理店経営者が意外に多いのです。

私自身もそうでしたが、組織力と業績拡大の関連性が腹落ちしていないから、目の前の売上に気持ちが乱されてしまう。そのせいで、組織づくり、会社づくりに腰を据えて取り組む覚悟が決まっていないのです。しかし、冷静に考えれば、組織力強化なくして、持続的な業績の向上はあり得ないことに気がつきます。

真似されない強さ

もちろん、組織力強化にかける時間は短いに越したことはありません。しかし、簡単に手に入れたものは簡単に真似されます。時間をかけて手に入れたものは、ライバルも簡単に真似ができません。短期的な取組みでは、強い組織を生みだすことは出来ません。持続成長する強い代理店をつくりたいなら、短期的な「営業力の強化」だけに振り回されるのではなく、中長期的な成果を見て、「組織力の強化」に取り組む覚悟が必要です。

あなたの会社は、長期的な視点で取り組んでいるでしょうか。一度、振り返ってみて下さい。

持続的成長を実現する

営業力強化 ＝ 組織力強化

社長が3か月不在でも持続成長する代理店を目指す！

誰も教えなかった！125

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