

保険毎日新聞

日刊(土曜日曜祝日休刊)
定価1カ月4,000円(送料+税込み)

発行所
保険毎日新聞社

東京都千代田区岩本町1丁目4番7号
〒101-0032
電話 03(3865)1401(代表)
振替 00140-6-70860
© 保険毎日新聞社

富士火災

代理店ブランド戦略に注力

循環型セールスと組織学習に重点

富士火災は、代理店のさらなる発展に向けた経営革新を支援するため、地域での代理店ブランドの確立に力を注いでいる。従来のフッシュ型営業からフル型営業スタイルへの転換を支援する一方、事務のバックオフィスの戦力化や生産性の高い組織づくりをサポートするなど、代理店が共に水続的に発展できる関係づくりを目指している。現在、代理店ブランド戦略として「循環型セールス」と「組織学習」を展開しており、導入した代理店の営業成績が好転しているという。

導入代理店、営業成績が好転

循環型セールス手法の一を提供するところだ。継続して、各種情報を提供してコンセプトは、生損保オ 純訪問活動の中で長期的な信頼関係を作りながら、経営理念を伝える会に、会社をやる仕組みを 社案内も独自のノウハウ提供することで、個人顧 客は代理店を「保険の相談相手」として認識し、客に、家族を守る仕組みが凝縮された情報ツール 代理店がさまざまな相談

に要するに契約につながるケースが増えている。

セールスライニング部長の佐々木篤史氏は、「このサイクルを繰り返すことにより、代理店ブランドが構築される一つの要素となる。手間が掛かるように見えるが、非常に確率が高く、極めて効果的なセールス手法だ。入社間もないコーポレート・プロフェッショナルアドバイザー(CPA社員)が実績を出すという事実で理解いたされるは

ざと説明する。同セールス手法を導入した代理店からは「お客さまが近づくような接客を行ったため、より高い信頼関係が生まれ、保険に関する相談が増加し、新規獲得に良い効果が出ている」といった声が寄せられている。

同社では、昨年度、導入紹介セミナーや導入研修を全国各支店で約100回実施し、同セールス手法に共感した他社代理店から乗り合いの相談が寄せられ、実際に乗り合いが開始した例もあるという。

一方、組織学習は、代理店内のメンバーが持つ「気持ち」をもっと考え、方・発想・知識を職場単位で共有し、自立的

に成長する組織を構築するのが狙いだ。

具体的には一定期間の実際期前後、アクションプランに基づいて全員が集まるというサイクルを繰り返しながら、メンバー全体の力を向上させるもので、組織学習が定着している代理店ほど営業成績が良い傾向にあるという。

また、この組織学習を代理店に導入することで、スタッフ同士の積極的・活発なコミュニケーションが促進され、「雰囲気」が明るくなり、仕事が楽しくなった。この代理店に入社して良かったという声も挙がっているという。

佐々木部長は、「人材の代理店ブランド戦略プログラムは、当社の特別顧問の宮澤地蔵氏による支援を受けているもので、代理店経営で成功したノウハウが詰まっております。代理店経営者、従業員、支店プログラムのサポートプログラムとして力を入れています。各支店の各拠点に立ち回った。今後は、販売戦略・エリディマケティ

ングを強化し、内容の充実を図りたい。また、これまでは主にフロア代理店に提供してきたが、千代田代理店など各支店の代理店へも経営サポートプログラムとして力を入れています。

「気持ち」をもっと考え、方・発想・知識を職場単位で共有し、自立的

に成長する組織を構築するのが狙いだ。