

保険代理店の持続的成長モデルに挑む～「標準営業活動」について～（第2回）

岡武 和暁

前回は尾籠さんのご支援を頂いて「標準営業活動」を行った結果、生産性が向上して、様々な投資を行うことが可能になったことをお伝えしました。今号では、最初にどのような取り組みを行ったのかを振り返ってみたいと思います。

尾籠さんの「標準営業活動」支援は2014年3月からスタートして同年9月までの全5回の実践でした。最初の2回に行ったことは、『OSS』の新規契約は一体どこから生まれて来ているのか？」を調べることでした。新規につながりそうな案件が発生すれば、その発生ルートにより更新、紹介、相談、追加（増車、新居購入等）のご依頼、友人からの加入依頼、等で分類しました。そして、案件毎の成果が「成約」または「不成約」とはっきりするまで、フォローしました。この案件や状況の記録には、既存の代理店システム（東京海上日動のTNet）の「対応履歴」を、独自の工夫を凝らした上で徹底的に活用しました。

この2回で分かったことは、『OSS』の新規案件は紹介、相談、追加のご依頼のウエイトがとても高いという事でした。尾籠さんは「紹介や相談が多いことは素晴らしい！」とほめて下さいましたが、いずれも言わば「偶然の新規？」のように思われました。これでは行き当たりばったりの経営ですので、代理店活動の抜本的な見直しが急務と感じました。

継続的に新規案件が出るようにするためには、損保代理店の最大の特徴であり強みでもある「更新活動」を見直そうということになりました。それまで更新活動は、ほぼ“営業スタッフ任せ（悪く言えば放任？）”になっていました。それを根本から見直すことにしたのです。今回は、どのように更新活動を見直して行ったかを振り返ります。

（保険のOSS所長 <https://www.oss-ins.jp>）

※10月16日から『OSS』で15年前から「事務改善」のご指導を頂いているビジネスプラスサポート社 (<https://j-bps.com/>) の保険代理店向けの有料のオンラインセミナーが開催されます。テーマは「事務担当者スキルアップセミナー」です。『OSS』からは2名のオフィス担当者が参加します。スタッフへの教育投資は大きなリターンが見込める“確実な投資”だと考えています。私どものスタッフと一緒に学びませんか？詳細は巻末のご案内をご参照下さい。