

ふたのワンポイントレッスン

Vol.9 募集人の教育管理指導

今月は「募集人の教育管理指導」をテーマにご説明いたします。

保険代理店の合併や統合が行われた場合には早期に業務品質を高めて統一するため募集人教育の標準化と募集人の増加に対応した階層別教育が必要です。

1. 統合前の現状把握と課題分析

(1)各社の教育体制・カリキュラム分析

研修内容、時間数、講師陣、評価方法などを比較分析し、共通点と差異点を明確化します。

(2)募集人のスキルレベル分析

統合前の各社の募集人のスキルレベルを把握し、研修内容のレベル設定に役立てます。

(3)文化・価値観の差異分析

各社の社風、顧客対応、倫理観などの差異を分析し、統合後の統一的な価値観形成のための教育内容を検討します。

2. 統一された教育カリキュラムの策定

(1)共通基盤教育

統合後の共通倫理観、コンプライアンス、商品知識、営業スキルの基礎を学ぶための必須科目。

(2)階層別教育

募集人の経験やスキルレベルに応じて、専門知識、営業技術、マネジメントスキルなどを深めるための研修。

(3)統合後の新商品・サービス研修

統合後の新商品やサービスに関する知識習得、販売戦略、顧客対応などの研修。

(4)統合後のシステム研修

統合後のシステムやツールに関する操作方法、顧客情報管理、データ活用などの研修。

3. 研修内容与方法の工夫

(1)e ラーニング活用

オンライン学習を活用することで、時間や場所を選ばずに効率的に知識習得を促進できます。

(2)ロールプレイング

顧客対応や営業活動のシミュレーションを通じて、実践的なスキル習得を促します。

(3)グループワーク

グループディスカッションやケーススタディを通じて、問題解決能力やコミュニケーション能力を向上させます。

(4)メンタリング

経験豊富なベテラン社員が、新人やスキルアップを目指す募集人を指導します。

(5)フィードバック体制

定期的な評価やフィードバックを通じて、学習効果を高め、改善点を共有します。

4. 階層別教育の策定（例）

(1)新人社員

倫理・コンプライアンス、基礎知識、商品知識、営業基礎、顧客対応、社内システム、営業スキル習得、先輩社員による指導。

(2)中堅社員

営業戦略、顧客関係構築、販売促進、商品専門知識、リーダーシップ、マネジメント基礎、コーチングスキル習得。

(3)ベテラン社員

経営戦略、事業計画、人材育成、組織マネジメント、経営層との連携、コンサルティングスキル習得。

5. 研修効果測定と継続的な改善

(1)研修受講後のアンケート

研修内容の理解度、満足度、改善点などを把握します。

(2)営業成績分析

研修受講後の営業成績の変化を分析し、研修の効果を測定します。

(3)定期的な研修内容のレビュー

時代や社会の変化、顧客ニーズの変化に合わせて、研修内容を常に更新し、改善していきます。

募集人教育のバラつき防止と品質向上は、統合後の経営管理体制に不可欠です。上記を参考に、それぞれの会社の状況に合わせて適切な教育プログラムを策定・実施することで、統合後の組織全体の強化と顧客満足度の向上に繋げることが期待できます。

作成：日本代協アドバイザー 日本創倫株式会社
専務執行役員 事業推進室長(SEO) 風間 利也
配信：日本代協事務局