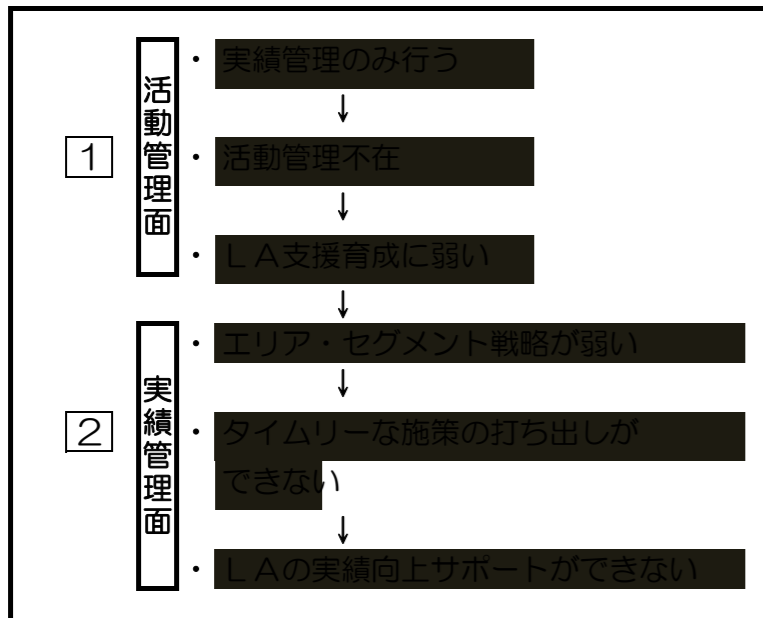


『営業マネジメントチャート』

【背景】

金融不安、保険不信の消費動向の中で、コンプライアンス強化、掛け捨て型保険の移行などの問題の中で、ますますLA部隊を競争力ある高水準な部隊へと強化育成していく必要がある。そのためには、LA部隊を統括管理するLA専任管理者の役割認識と実行度がLA部隊成否の鍵となることは言を待たないことである。

【過去の営業マネジメントの状態はどうか？】



【今後必要となる営業マネジメント】



【コンセプト】

営業マネージメントの強化が成否の鍵!!

**営業管理者
営業トレーナーの役割**

1

営業の心のケアができること!

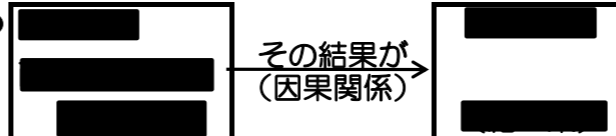
(具体例)

- ・地区内の共済事業はLAが指導者だぞ! というプライドを醸成する対応姿勢
- ・実行はLA、結果責任は管理者という姿勢
- ・いつも後ろから観てるぞ! という姿勢
- ・機会あることに声掛けをする姿勢
- ・JA役員にLA環境整備のために意見具申する姿勢

2

目標管理ができること!

(具体例)

- ・やらねばならぬことを完全にやっていたら結果は自ずとついてくる。目標管理とは因果関係の管理であるという姿勢
- ・訪問の量
- ・訪問の目的バランス
- ・商談進捗上のタイムリーさ
- ・
- ・目的達成をするために有効かつタイムリーな施策の打ち出しと実行への指示

3

スキルアップ支援ができること!

(具体例)

- ・基軸である3Q活動(保障点検活動)を徹底して指示し、内容の強化を図る。
- ・各成功事例の内容をLA間の中で共有化を図って行けるように策を考えること
- ・商品別説得話法を常に考え、それをLAに提示すること
- ・個々のLAの能力に応じて、自分も同行支援を行う一体型の姿勢を見せること



主として①と②は営業管理者が主体・①と③は営業トレーナーの役割