組織力強化の見直し(研修メニュー事例)

増収に不可欠な業務の標準化



ビジネス・ソリューション株式会社 http://www.business-sol.jp/ せっかくの組織が十分活かすことができていない代理店が少なくない。今のままマンパワーに頼った組織運営では必ず行き詰まってしまう。

小規模体制が大多数を占める代理店だからこそ業務を標準化し、仕組みによる事業運営が不可欠なのです。

増収策3つの課題

(1) マーケティング 「売る」から『売れる』仕組み

- 見込み客開拓から顧客の固定化までのプロセスを標準化
- ・ニーズ喚起の重要性
- 顧客接点の拡大

(2) 業務改善

- ・マンパワーからチーム(組織)パワーへ
- ・役割分担(「人に仕事を付ける」から「仕事に人を付ける」への改革)
- ・業務の標準化(手順書の作成)

(3) リスクマネジメント(RM)

- ・リスクの一元管理
- •RMから扱い商品やサービス提案
- •「保険商品ありき」から「リスクありき」



マーケティング(やり方・考えを変える)



増収の秘訣・・・それは 顧客との接点拡大

収益減少の要因

顧客との希薄な関係を強化する 単価アップ販売活動の不足を強化する 営業活動に、お客様へのニーズ喚起がない 『売りたいもの』よりお客様が『欲しいもの』 お客様は単なる商品の販売先ではない

環境の変化に対応

今までのやり方・考えを変えていく。

- ・扱い商品を「モノ」から「コト」に変化させる
- ・お客様データの収集と活用
- ・狩猟型営業から農耕型営業
- ・見た目の大切さ
- ・お客様の抱える問題解決の支援
- ・専門家とのアライアンス
- マーケットシェアから顧客シェアへ





営業活動のバックアップ体制を整備

営業活動のバックアップ

◎白地マーケットの創造

- ニーズ喚起の手法
- 「保険ありき」から「リスクありき」

◎集客支援体制

- ファックスDM、メールによる情報提供
- •HPの作成と活用

◎既存客への単価アップ・多種目販売体制

- ・定期の有益情報提供
- ・顧客との接点拡大策

◎顧客流出防止体制

- ・優良顧客の囲い込み
- 有益情報の提供

◎営業ツールの作成と活用

- ・セールスハンドブック
- ・セールストーク
- •会社案内
- ・ハガキの活用
- 各種社内規定の活用





営業活動(見込み客開拓:集客)

集客と保険の「コト商品化」

営業担当者の多くが「どうしたら売れるか」にばかり目を向け、お客様を単なる 商品の販売先としか見ておらず、これは売る側の都合でしかない。

「どうしたら売れるか」から「どうしたら買ってくれるか」

「モノとしての商品」を「コト商品化」させるのは会社の仕事。

それでは「モノとしての商品・サービス」を「コト商品」にするためにはどうしたらよいのでしょう? キーワードは『付加価値』です。

「モノ」×「付加価値(差別化)」=コト商品

付加価値=有益情報

個人向けであれば、公的年金・介護・医療、健康、教育、お金といった情報。 事業所ならば、労務、節税(コスト軽減)、売上げ、資金繰りなどに関する情報



商品ありき

 \longrightarrow

リスクありき



ニーズ喚起ツール(各種規定・マニュアル)

保険販売仲介業から問題(RM)解決業へ改善

中小企業経営者の抱える三大問題は、

◇ 売上 ◇ 資金繰り ◇人(労務)

この中で特に労務(人)にかかわる問題提起が代理店営業に欠かすことのできないテーマとなります。

企業にとってヒトはリスクではあるが、絶対必要な存在です。

この矛盾と付き合っていくためには各種規定の周知徹底と運用がベースとなります。

企業にとって労務管理と業務(作業)マニュアルの徹底が不可能であるからこそ、使用者賠償・労災 上乗補償・休業補償・所得保障・請負賠償などが必要とされるのです。

(1) 労災事故

- → 安全作業マニュアル、職長教育、健康診断、安全衛生委員会規程 安全衛生管理規程
- (2) 自動車事故における運行管理者責任、車両損害
 - → 通勤経路の把握、車両運行管理規定、補償内容の把握
- (3)第三者への賠償と事業所外資産の保全
 - → 安全委員会の実施、作業マニュアルの徹底、安全衛生法 の周知
- (4)従業員の死亡、退職
 - → 退職金規定、弔慰金規定の妥当性
- (5)個人情報漏洩
 - → 就業規則への明記(懲罰規程)、安全管理マニュアル





営業活動(組織営業体制)の仕組みづくり①

マンパワー営業からチーム(組織)営業への改革を確立する

バックオフィス(事務部門)を収益に直結した部門にするためにも、社内環境の整備は早急に着手すべき重要課題です。

「収益を上げる・組織のコミュニケーションを図る・ムリ・ムダ・ムラを排除する」ためにも改善は 急務です。

改善する社内の業務はマニュアル化(手順書の作成)し、特定の人だけでなく、全員でノウハウを 共有できるようする。

営業会社にとって「営業は大変だ、難しい」と営業部門が敬遠されがちだが、果たしてそうでしょうか。 そうではなく、社員全員が営業に関わる仕組みをつくり、組織を効率的・効果的に活かして利益をあげ る仕組みをつくることです。

一人の営業マンが川上から川下まで一顧客の面倒を全部見るプロセスを やめることです。

プロセスを分割して専門化させたほうがトレーニングや仕事への慣れの観点から見ても効率が上がります。当然、一人が全部ではなく一部だけを担当しているので、その人が欠けたときの影響も少ない。

このように、「人に仕事を付ける」のではなく「**仕事に人を付ける」**ことで 役割を分担し、営業を営業担当者だけに負担のかかるやり方を変えることです。 組織営業を強化するには、 凡人営業マンでも『売れる仕組み』の構築が必要 となります。



<u>役割分担表の作成</u>

次頁に続く



営業活動(セールスの標準化)の仕組みづくり②

マンパワー営業からチーム(組織)営業への仕組みづくり

組織営業を推進していくのは、凡人営業マンでもコンスタントに売り上げを上げることができる仕組みをつくるためです。

業務の分業化により、社員一人ひとりが与えられたポジションで役割を担い、結果、組織力(チームパワー)により、継続した収益を確保することができるからです。

うちの社員は能力がないと嘆いているトップもいるが、これは社員に能力がないのではなく、社員に環境を与えていないことが原因なのです。

トップ自らがセールスマンとして毎日飛び回っている。これでは、いつまでたっても人材は育たず、社内に仕組み(ノウハウ)もできません。

業務の見える(可視)化により、誰に代わってもできる仕組みづくりを構築

- ◇業務(役割)分担
- ◇電話対応マニュアル
- ◇基本動作マニュアル
- ◇CSシート(電話応対、品質、苦情対応)
- ◇ハガキの活用
- ◇有益情報の提供
- ◇業務手順書





営業活動(顧客との接点拡大手法)

ファックス・メール・ハガキを活用した営業を導入

インターネットの技術がこれだけ発達している現在には、足でなくても顧客との接点を増やす 方法はたくさんあります。

インターネット、電話、FAX、メールなどを活用し、顧客とのより良い関係(新規開拓・単価アップ・ 顧客流出防止)を効率的・効果的にマネジメントしていくことができます。

■ テレマーケティング(電話)の活用

なぜテレマーケティングをするのかという問いに対して、テレマーケティングを採用している 企業の多くが『他の競争相手に勝ち抜くため』と言う答えが返ってきます。

営業コストを費用対効果で考えたとき、なぜ今まで浸透しなかったかというと、設備、機材に 千万単位のお金が掛かり、「電話で営業なんか」という間違ったイメージが強かったことが 原因ではないでしょうか。

■ ファックスの活用

パソコン上のデータベースを、そのまま宛先リストとして活用し、送りたい宛先を選び出し、 FAXにより情報を効果的にタイムリーに伝達することができます。

興味を引くオファー(申し込みや購入を促進するために保険以外の商品・サービスを提供すること)で「見込み客」を集めることです。その後、見込み客に対して営業をしていきます。

■ ハガキの活用

なぜ大きな効果のあるハガキを活用しないのでしょう? 原因の1つに、すぐには効果が出ず、継続しなくては効果が出てこないからでしょう。

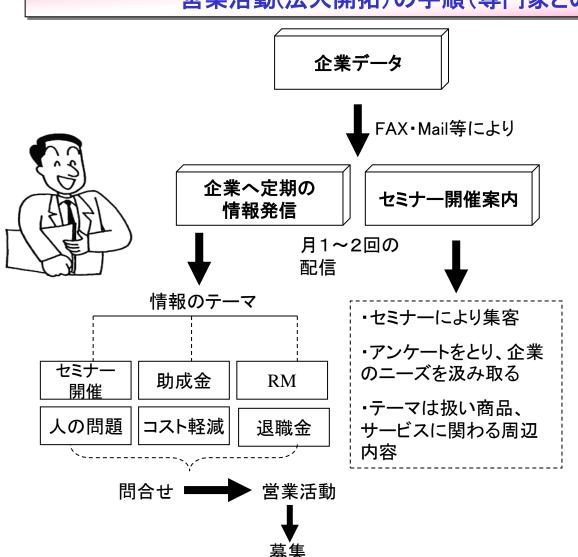
みんなが敬遠する文字コミ(ハガキ)には2つの注目すべき長所があります。 1つは低い競争倍率(ほとんどの人がやっていない)、もう1つは高い伝達能力(DMのように ゴミ箱行きにならない)である。礼状や面談のきっかけづくりのために効果的な手法。





マーケティング(事業所向け営業スキーム事例)

営業活動(法人開拓)の手順(専門家との協業事例)



営業活動

- 1. 案内に興味関心を示した見込み客への訪問
- 2. 社労士は協業先の商品を含めた全体提案を行う
- 3. 再訪時には社労士と協業先営業担 当者の両者で訪問

ポイント

増収のために行う情報提供は、今すぐ 成約に結びつくものではありません。

継続した配信こそ効果を発揮します。

これからの営業活動において、増収を図るために専門家との協業は効果的。



「計画なくして実行なし 実行なくして成果なし」

ビジョン、中期・単年度計画、月報・週報・日報の活用

◎理念・ビジョンの作成と活かし方

- 理念は代理店活動の精神的な基盤
- ビジョンは自店が思い描いている「近未来像」

◎中期•単年度経営計画

- 実行、達成可能な計画の策定方法
- ・トップ以下全従業員の近い将来の「夢」を描く

◎月報・週報・日報(行動予定計画表)の活用方法

- ・月報・週報・日報を行動計画として活用
- ・行動予定計画表の策定は目標達成を実行可能なものにする

◎会議のやり方

- ・正しい会議の運営方法
- 会議は重要なコミュニケーション手段





内務業務の標準化(勘・経験に頼らない)

内務業務の標準化

◎教育(訓練)体制の整備

- 人材育成の方法と活用
- ・ロープレの方法と実施
- ・ 基本動作の習得
- 苦情対応
- ・ESとCS対策

◎業務マニュアルの整備

- ・業務(役割)分担表の作成
- 各部門の業務手順書
- ・チェックシート
- 与信管理
- 報連相
- 電話応対

◎データベースの構築

- 「契約者データ」から「顧客データ」へ
- ナレッジマネジメントの導入





代理店業は問題解決業(事業所の抱えるリスクは山積)

企業は人なり、リスクも人なり

社会環境の変化は事業(経営者)に多大なリスクをもたらしています。

従業員からの賠償請求

業務中•通勤途上 事故

解雇

サービス残業

長時間労働

セクハラ・パワハラ

経済損失 信用の低下 社会的責任の発生



お客様からの賠償請求

施設・管理の事故

個人情報の漏洩

PL (生産物賠償)

会社役員 (使用者賠償)

社有車・マイカー 事故



有益情報サンプル(エンドユーザー向け)

1回の入院の自己負担額

いざ入院となると、いったいどれくらいの費用がかかるものでしょうか? 過去1年間に入院の経験があると答えた人のデータを御覧ください。



日本の医療は年々進歩しています。

かつてなら死に至るような病気やケガも、医療の力で一命を取り止められるようになりました。 大変喜ばしいことですが、それは反面で「治療費の高額化」を生み出しています。 治療期間は延び、高度治療が増え、薬剤量、検査費などもかさみます。 それなのに、健康保険の自己負担率は増えていくようです。 ますます個人の負担が重くなっていきそうです。

我が家の税金「住宅資金贈与の特例が追加!」

作今の金融危機を原因とする景気低迷が続いているため、政府は追加経済対策を税制面から講じるべく、「租税特別 措置法の一部を改正する法律案」を今年4月27日に国会に提出しました。審議を経て6月19日に国会を通過しま した。その中に500万円までの住宅資金の贈与が非課税で受けられる、というものがあります。今回はその内容に ついて解説します。

1. 制度の概要

1月1日~12月31日までに受けた贈与額の総額が、110万円までであれば贈与税はかかりません。今回の制度では、一定の住宅を取得する場合には、この非親税枠以外に期間を限定して500万円の非親税枠が創設されることになりました。以降本稿では「今回の特例」と呼びます)。

いくつか留意点がありますので、チェックしておきましょう

(1) 適用できる期間

平成21年1月1日から平成22年12月31日までの贈与であることが必要です。つまり期間が限定されています。

(2) 110万円の非課税枠との併用は?

今回の特別は、前記の110万円の非課税枠との併用が可能です。したがって、住宅資金であれば、610万円の贈与が非課税となるわけです。また、今回の特別を適用した次の年に前記の110万円の非課税枠を適用することも可能です。

(3)贈与する人

「直系尊属」、つまり自分自身の父母・祖父母などからの贈与が要件です。 したがって配偶者の父母・祖父母などは 対象となりません。

(4) 住宅に関する要件

- ●自分自身の居住用の家屋の新築や取得の場合は、床面積が50㎡以上であること。
- ●増改築の場合は、工事費用が100万円以上であること。
- ●贈与を受けた年の翌年の3月15日までに住宅の取得・増改築を行い、居住すること。 などの要件があります。

18C032H13003898

今回の特例を受けて贈与を受けた金額が110万円を超えた場合は、結果的に非課税とならなくても、税務署に申告を しなければなりません。

2. 相続時精算課税制度(住宅資金贈与の特例)との違いは?

生前に親からまとまった金額の贈与を受けたい場合は、平成15年に創設された「相談時精算課税制度」も選択肢です。この制度の特別で、住宅資金の贈与を受ける場合は親の年齢を問わず、3500万円まで非課税で贈与を受けることができます。

この制度と今回の特例を併用することができます。

→ただし相続時精育課税制度を適用した場合は110万円の非課税枠を適用することはできませんので、3500万円 +500万円=400万円が上限となります。 ※この制度では、贈与する人は本人の親に検定されています。祖父母は対象外ですので注意してください。

3. まとめ

この制度を活用できる人は、頭金を多くして相対的に住宅ローンの額が少なくできれば、 安心度の高い住宅取得計画になるでしょう。税制上の優遇措置を上手に活用して、生活設 計に活かしたいものです。





有益情報サンプル(事業所向け)

ロ ビジネス・ソリューション FAXレター

元気な企業様づくりを応援します -

売り上げを作るのは社員の仕事です。社長の役割は売り上げを作ることではありません。 社長の役割は、社員が売り上げを作りやすいように、社内の営業環境を作ることです。言い換える なら、営業の仕組み(売り上げの設計図)を作ることです。社長にとって「できる男」ほど、お客 様にとっては「害虫」なのです。「とにかく売れ」から、貴社独自の売上設計図を作ることです。

雇用保険と年金の調整

60歳を超えて退職を迎える際、「退職したら失業保 険をもらえるし、年金ももらえるはずだ」とお考え の方はいらっしゃらないでしょうか。

しかし、実際は65歳までの年金(特別支給の老齢 厚生年金) と雇用保険の基本手当(「失業保険」は旧 制度の名称が呼び名として残っているようですが、正 式には「基本手当」といいます。ちなみに雇用保険制 度の「失業等給付」とは、求職者給付(この中の一つ が基本手当)、就職促進給付、教育訓練給付、雇用継 統給付をさします)は、同時に受給することはできず、 雇用保険の基本手当のみ支給され、特別支給の老齢厚 生年金は全額支給停止されてしまいます。

継続雇用定着促進助成金

申贈できるのに

まだ申請していない企業様必見!!

従業員に雇用保険を掛けていて、現在定年が 60 才または決まっていない企業に、1年以上勤務し ている 55 才以上の従業員さんが1名以上いて、 定年を延長しても構わないとお考えであれば、こ の助成金が支給される可能性があります。

の助成金は、今年の3月31日で終了の可能性 申贈は今すぐ

担当 久保田まで

決算対策として最大限の効果を引き出すために

決算・節税・納税対策として、会社にキャッシュを残すのに生命保険が最大の効果を発揮するための条 件は、決算日の直前であっても、当期の利益を把握した上である程度まとまった金額を経費化(損金) することが可能であることが挙げられます。この条件でキャッシュがストックできるもの(全額損金扱 い可能な金融商品)は現在、生命保険しかありません。

適年廃止! 貴社の対策は?

一 移行先をどうするかより、対策の準備を ―

他制度への移行といっても簡単にはいきません。積 み立て不足、従業員への不利益変更といったさまざ まなハードルをクリアーしなければなりません。 退職金制度を廃止する、あるいは前払い制度にする ということは、ただでさえも人材確保に苦労する中 小企業の実態を考えると大きなハンデを背負うの が理宝です。

金融・資産運用に関するお問い合わせは

担当 杉山まで

男女同一賃金について

労働基準法第4条でいうところの、女性であること のみを理由とする差別とは、企業における労働者が 女性であることのみを理由として、あるいは社会的通 念として女性労働者が、一般的、平均的に能率が悪 いこと、勤続年数が短いこと、主たる生計の維持者で ないことなどの理由により、女性労働者に対し賃金 で差別することをいいます。

したがって、同一職種に就業する労働者の初任 給に男女の差別があること、能率、技能等すべて同 一であるときに賃金に男女差があることは、一般的に は労働基準法違反といえます。

B·Sでは、経営者の皆様からさまざまなご意見ご質問をお受けしております。いつでもお気軽にお電話ください。

限定!

貴組合無料セミナー開催のご案内

BH 366100 E PET TO BE

初公開!##も教えてくれない 増益企業経営者7つの実践事例

- ☆ 他人事ではない情報漏洩!?
- ☆ 会社倒産"明日はわが身"!
- ☆ 儲かっている会社の儲かるワケ?
- 国がタダでお金をくれる!?
- ☆ 今日から使える中小企業営業の仕組み!
- ☆ 現有資産(ヒト・モノ・カネ・ジョウホウ)の最大活用!

企業を取り巻く経営環境は厳しさを増すばかりです。 会員企業の活性化をサポートします!!!!

弊社は企業戦争に取り残されないための、組合及び会員企業の抱える諸問題に対し

実践提案を推進する専門家集団です。(税理士・社労士・弁護士・司法書士・FP)

弊社では貴組合事業・会員企業活性化のために

上記項目をテーマに無料セミナーの開催を実施中。

今すぐ!! 返言FAXフリーダイヤル(24時間受付無料FAX)

0120-64-

無料セミナー開催:開催運営上、 先着7組合様限定・締切り1月28日(金)

O印をお付けください

1. セミナー開催を希望

組合名

ご担当者

2. 説明を聞きたい

(開催希望日: 月

(訪問希望日

日頃)

返信いただきましたら、詳細をこちらよりご連絡させて頂きます。 ご住所 TEL F-mail

〒422-8064 静岡市新川 1-11-28

TEL0120-64 FAX0120-64-

ビジネス・ソリューション株式会社 セミナー(担当:岡本、杉山まで)

URL http://www.business-sol.ip/

◆ 業務のご案内

ビジネス・ソリューション業務のご案内

ビジネス・ソリューションは、組織(チーム)営業の構築により、組合・法人マーケット開拓の ための『売れる仕組み』づくりをご提供します。

- 講演・研修・コンサルティング 「売る」から「売れる」仕組み
- マーケティング

増収のための見込み客開拓から顧客の固定化のためのセールス手法

- *「売るための努力」から『売れる仕組み』の構築
- *ファックスDM・テレマーケティングの活用
- *営業ツール(名刺、会社案内、セールスブック、ハガキ、セールストーク)
- 業務改善

組織営業体制構築

- *役割分担(役割分担表により、「人に仕事を付ける」から「仕事に人を付ける」)
- *業務マニュアル(経営計画書策定、営業業務、電話対応、ハガキ活用、基本動作等)
- *集客(見込み客開拓)から顧客の固定化(単価アップ、多種目販売、顧客流出防止策)までの仕組み
- リスクマネジメント

問題解決業

- * 各種防災対策セミナー(労働安全・交通安全)
- *危機管理マニュアルの作成(個人情報・地震対策・海外管理体制・苦情対応等)
- *RMから保険提案
- 周辺情報(ニーズ喚起)

事業所:人事・労務・コスト削減 個人:年金、介護、医療、健康、教育

- *就業規則・各種規定の策定と見直し
- *賃金(人事考課)制度/退職金
- *ニーズ喚起チラシ