

① 最も参考になったこと <人材育成や会社の方針が特に参考になった>

以前は来店型ショップの流れが来るだろうと来店型に特化していたが厳しく、ブランディングを行うようになった点。

周知させる為に、地方誌や地元の祭りでの感謝祭、路線バスへのラッピングを行った。

また、長い期間やり続けたことで地域の認知度も上がった。

営業方針ではノルマを基本設定しないようにしていた。

その代わりに、社員みんなで自分たちが代理店として生き残るために、ちゃんとした事故対応をしようと決め、実践しているところが良かった。

社員一人一人が自律して仕事に取り組めるような環境を絶えず模索している。

レンタカーを積載車に乗せて、事故時に現場へ走るのは営業スタッフ。

レンタカーの洗車および配車をするオフィスのスタッフ。

オフィスのスタッフが出かけた際は、おいしいおやつを会社経費で購入。

全員が色々なポジションで活躍している光景が目につかび、生き生きと仕事されているように感じました。

またサイボウズを屈指して、お客様対応を社員全員で行える仕組み作りができています。

(会話の経緯を音声入力で保存している点は、今すぐにもマネをしたいと思った)

② 自社の経営にどのように活かしたいか？

現状、創業期である弊社は、ブランディングの時期は先であると思っていたが、長い期間を必要とするため創業期からでも行っていくことが大事だと思った。

具体的には、地域に密着をしたいので、感謝祭や市が運営している祭りごとに参加をし、社名を認知してもらおう。

これから社員を雇っていきたい弊社としては、人材育成の一環として、契約高のノルマは設定しない。

ただし、ロープレの徹底でお客様には当たり前前のちゃんとした提案を行えるように教育をする。

それが、電話募集での会話にて「前年同条件でよろしいですか？」などとは間違っても行わない。

電話募集であっても、おすすめの特約、以前の補償からの変更点などをしっかりご説明する。

契約高へのノルマがない分、お客様への情報提供の件数や、訪問件数、相談件数(商談以外も含む)、お客様からのお礼状やアンケートなどで評価をしたいと思う。

また、基礎的な報連相を最重要項目とし、サイボウズを屈指して、お客様に担当が不在でも不快な思いをされないように取り組む。

以 上