

## はじめに

この本は、私自身の体験談を土台に、採用に関する学習のページを織り交ぜたものです。

入社間もない新人からベテランの営業職員、営業管理職の人まで、比較的簡単に読める内容になっています。

今回は「出会いの章」というテーマで、私自身が保険会社から誘われ、入社するまでの状況を描いています。

くだらない「身の上話」も多いですが、私たちが誘っている採用候補者も、様々な家庭環境を抱えていたり、保険営業に対して色々な思いを持っていることに違いはありません。

採用候補者に入社動機を植え付けるためには、世間の主婦の「本音」を理解することが、何よりも大切だと考えています。

私は、入社前、保険会社の13カ所の営業拠点から誘われていました。

その珍しい体験が、入社後の採用活動に大きな影響を及ぼしたと思います。

採用話法や手法を、常に「候補者からの目線」で組み立てることができたのも、原点は「自分自身の入社前」にあるのです。

「採用は相手にとっての就職」のはずですが、いつの間にか「採用は会社にとっての人集め」という意味合いが強くなり、候補者の気持ちを無視して活動をしがちではないでしょうか。

この書で「相手は厳しい目で、営業職員自身や保険会社の世界を見ている」という点を感じ取ってもらえれば幸いです。

そして、採用活動の魅力を、少しでも伝えることができれば嬉しいです。

会社によって営業組織の形態や役職名は異なりますが、この書では、主に女性営業職員を主体としている会社が舞台になっています。支部や営業部と呼ばれる営業拠点(店舗)を「営業所」とし、責任者を「営業所長」としています。店舗の中で下部組織を率いるリーダーを「組織長」とし、配下の営業職員を「所属員」としています。組織長とは、ここでは所属員の売り上げが手当に反映し、自己募集で歩合報酬も獲得している営業職員身分のプレイングマネージャーのことを指しています。

# 目次 ①

- はじめに ――― 2
- 未熟だからこそ採用 ――― 10
- 募集活動より気楽に ――― 14
- え！来るの？ ――― 17
- できちゃった採用 ――― 19
- 私だって新人よ ――― 23
- 世の中を舐めていた ――― 27
- 逃げ道のある立場 ――― 30
- 普通でいいんです ――― 35
- 火がついた母親 ――― 41
- 電信柱の陰から ――― 45

- 忘れられない「共感」の空気 ――― 49
- 私って、不合格？ ――― 54
- 誘われない私 ――― 58
- 採用力の源は「人物」 ――― 62
- 別世界のドア ――― 66
- 笑顔の挨拶 ――― 71
- 体に異変が…… ――― 76
- 厳しい現実が…… ――― 82
- みんなの目 ――― 87
- 輝いている自分を見せること ――― 93
- 「仕事のやり方」は求人広告 ――― 98
- 家族の反対は「成功の条件」 ――― 103
- 子どものために ――― 108
- あとがき ――― 112

# 目次

## 2

### 田制圭子の採用セミナー

- ① 採用の次ぎにあるのは「共成」—— 13
- ② 採用は営業活動の幅を広げる—— 16
- ③ 採用力は新人の方があがる？—— 22
- ④ 「人に教えたい」という気持ちが出発点—— 26
- ⑤ 「世間の厳しさ」を教えることも大事—— 29
- ⑥ 「扶養」という居心地の良さ—— 34
- ⑦ 「普通」を維持することは難しい—— 40
- ⑧ 「子どものために・・・」に勝る力はない—— 44
- ⑨ 「この人」と思ったら継続訪問—— 48
- ⑩ 「共感」と「意外性」が心を動かす—— 53
- ⑪ 「お誘い」は採用におけるクロージング—— 57
- ⑫ 安易に「誘いの言葉」は言うべきではない—— 61
- ⑬ 自分自身が採用の広告塔—— 65
- ⑭ 営業所に来るまで余計なこととは言わない—— 70
- ⑮ 「誰でもいい仕事」にいい人は来ない—— 75
- ⑯ 奥にある営業職の魅力を語る—— 81
- ⑰ 「働ける環境」より「働く意欲」—— 86
- ⑱ 前職を辞めづらい人ほど優秀な人材—— 92
- ⑲ 「自分自身の変化」こそ強力な説得力—— 97
- ⑳ 見込客が採用候補者になることもある—— 102
- ㉑ 悪い評判があるから「正しい姿」が生きる—— 107

## 見込客が採用候補者になることもある

保険の見込客と採用候補者は、どこでつながっているか分かりません。

いくら成績が上がるからといって、一般の人から見ても「ああいう仕事だけはやじたくない」と思われるような営業のやり方では、おそらく採用はできないでしょう。

もし「今月成績が足りないからお願ひ」などという営業をしていたら、仮に目先の一件の契約は手にできて、その人は大きなものを失うはずですよ。

その人に採用の声をかけても、来ることなくあり得ないでしょう。

逆に、一般の人でも納得のいく、感動を呼ぶような仕事ぶりであれば、採用につながる可能性は高いはずですよ。

実際に「こういう仕事なら私もやってみたい」と言ったら、保険の顧客が入社してくるケースは少なくありません。

自分自身が「採用の広げ場」であり、自分の仕事ぶりは「求人広告」と言えるのです。

## 家族の反対は「成功の条件」

私自身、友人に声をかけられてから、入社するまでに、約8ヶ月の時間を要しました。

他社からの誘いを含めれば、約3年間、採用活動を受け続けていたことになりました。

「優柔不断」と言われれば、その通りです。

ただ、「家事や育児への影響」「保険営業に対する先入観」「元の職場との決別」「家族、親戚等からの反対」など、いくつもの障害を乗り越えなければならぬ主婦にしてみれば、入社はそう簡単なことではありません。

特に「家族からの反対」は、私たち、誘う側の人間にとっても大きな壁です。

私も例に洩れず、周りから強い反対を受けました。

ある日の午後、私は、同居している母に相談を持ちかけます。金田さんに誘われてから、半年を過ぎたあたりです。