



代理店募集のチェックポイント⑦

支援内容



一般社団法人日本代理店協会

Index

- 01 支援内容の明記
- 02 支援内容の種類
- 03 支援内容の継続的改善
- 04 当協会が支援できること



Chapter 01

支援内容の明記

01 支援内容の明記

商材だけでは代理店契約は獲得できない

ビジネスとは、良い商品やサービスを追求することから始まりますが、代理店ビジネスの場合、それに加え代理店の不安を徹底的に排除することも追求しなければなりません。何故なら、代理店とは、リスクを最小限に抑えようとする人達だからです。そして、代理店の最大の関心事とは、「商品が売れるのか？」なのです。

自分(自社)が取り扱って本当に売れるのか？否か？これを判断するための材料が「本部による支援」です。本部が手厚いサポートしてくれると分かれば、リスクが抑えられ、成功確率は高まると代理店は考えます。昔のように、作れば作るだけ商品が売れる時代とは異なり、現代は情報が溢れています。買い手側もそう簡単には買ってくれません。代理店ビジネスも同様です。世の中には様々な情報が溢れています。他社との差別化をするためにも、本部の支援内容は欠かせません。

代理店契約を締結したにも関わらず、本部からの支援を得られず、結果失敗したという経験をもっている代理店は少なくありません。逆を言えば、このことは、支援内容さえ良ければ、代理店ビジネスを成功させている可能性を秘めているのです。



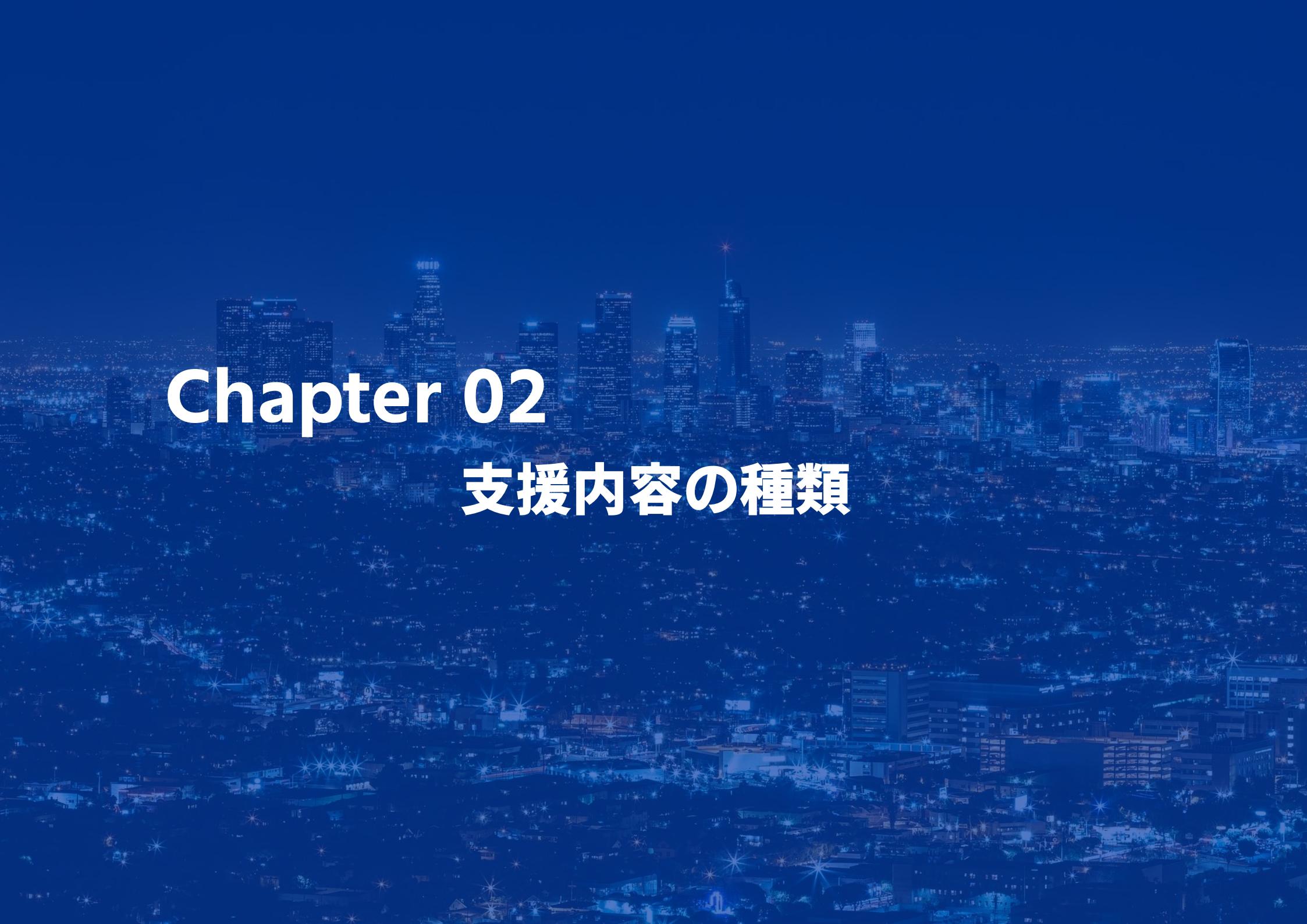
01 支援内容の明記

明記しなければ意味がない

代理店を支援することは本部としては当然のことなので、あえて募集文書などには明記していないという代理店本部を最近よく見かけます。これは非常にもったい状態です。当協会では、その都度、支援内容を明記するよう指導させております。

明記する場所は募集文書だけでなく、「代理店募集用のホームページ」「説明会資料」「契約書」などです。支援内容は、図や写真などを使って出来るだけ分かりやすく表現しましょう。言葉で説明しなくとも資料を見ただけで安心感が得られることが理想的です。良い商品やサービスがあり、同時に、良い支援内容があることが重要です。「これなら代理店として成果が出せそうだ！」というような資料を目指しましょう。





Chapter 02

支援内容の種類

02 支援内容の種類

ステージに応じた支援内容を用意する

代理店は、稼働をしていく中で、必ず成長と衰退というカーブを描きます。だからこそ本部は、これを想定して、いくつかのステージに分けて支援内容を用意しておく必要があります。代理店募集時においては、初期段階の支援内容に注目されますが、ここでは全体を捉えておきましょう。

まず初期段階で必要な支援は、「初期研修」「販促ツールの提供」「販売支援・営業同行」などがあります。事業によっては店舗に出向いて現場で指導などを行うこともあるでしょう。支援には、「人」「モノ」「カネ」「情報」の4つの切り口から考え、必要なタイミングで必要な内容を提供することが重要なのです。

中期段階では、定期的な勉強会の開催などの人的支援が中心になります。代理店のレベルアップ、交流を通じた信頼関係の構築、代理店からのフィードバック(生きた情報の収集)などが目的です。ネットワーキングイベント、見学ツアー、研修会、製品展示会、リーダーシップリトリート(合宿形式)、スポーツ・健康イベントなど、業種・業態に合わせたオリジナリティあふれる内容が効果的です。



02 支援内容の種類

支援内容は代理店募集前から描いておく

支援内容は、まず理想的な代理店を想定し、その代理店が成長していく過程を幾つかのステージに切り分けて構築していきましょう。

例えば、表彰式(優秀な代理店を称える制度)などは、代理店ビジネスを始めた初期段階ではあまり必要とされない支援内容です。しかし、表彰式や表彰制度を支援内容に盛り込むと決めておけば、どのような数字を計測するか、途中経過はどのように好評するか、表彰式ではどんなことを発表してもらうか、などあらかじめ準備しておく項目がはっきりしてきます。そして何よりも、このような支援内容を導入すれば代理店は興味を持ち、契約獲得率も高まります。

代理店が揃ってから考えるのではなく、募集する段階から考えておくからこそ、それに賛同する代理店が集まってくるという考え方切り換えましょう。

ニワトリが先か？卵が先か？

代理店募集の場合は、支援内容を準備するから代理店が集まると考えましょう。





Chapter 03

支援内容の継続的改善

03 支援内容の継続的改善

異業種もベンチマークして常に改善を

支援内容は一度考えたら終わりではありません。実際に代理店を支援していると足りないもの(課題)が沢山でてきます。業務効率と照らし合わせると理想ではあっても現実的には出来ない支援も生じてきます。そんな時は、ITツールや動画などを駆使して少ない体制で多くの代理店を管理することを目指しましょう。

支援内容は、同業だけでなく異業種にも目を向けることを推奨しています。参考になりそうな支援内容を見つけたらベンチマークして、自社に導入することを検討しましょう。実際に導入してみて成果が出たのか、出なかったのかを検証することも重要です。成果が出なければ止める決断も必要です。

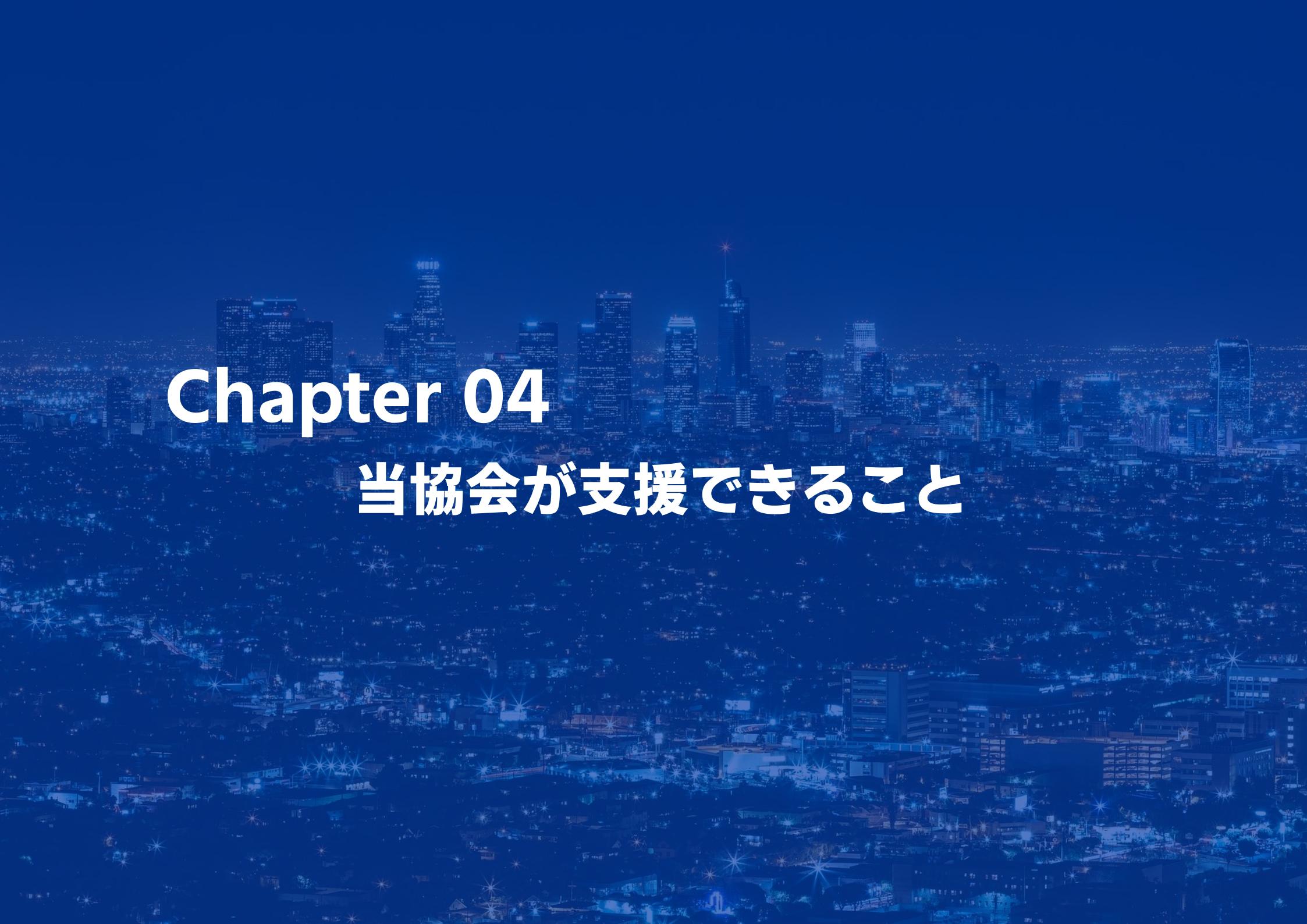
このように支援内容は常に改善・進化し続けるものです。

商品・サービスを常に改良しているのに、代理店制度も随時改善していきましょう。

大切なのは、代理店に寄り添う姿勢です。

代理店の声に耳を傾けて、他社には真似ができない支援内容を生み出していきましょう。





Chapter 04

当協会が支援できること

04 当協会が支援できること

支援内容をご相談ください

支援内容は十分すぎるほど用意しておいても、100%理想の売上が作れるかは分かりません。実際には、運用という手間もかかりますし、代理店ごとにカスタマイズして提供する必要があるかも知れません。

自社の支援内容に不安を感じましたら是非当協会にご相談ください。客観的なアドバイスと、必要でしたら支援内容の構築までお手伝いをさせていただきます。異業種の事例などを元に貴社にピッタリの支援内容を提案させていただきます。

その他にも、当協会では、日本経済活性化のため、多くの企業様が代理店展開で成功することを応援しております。お役に立ちそうなことがあればお気軽にお申し付けください。

一般社団法人日本代理店協会