



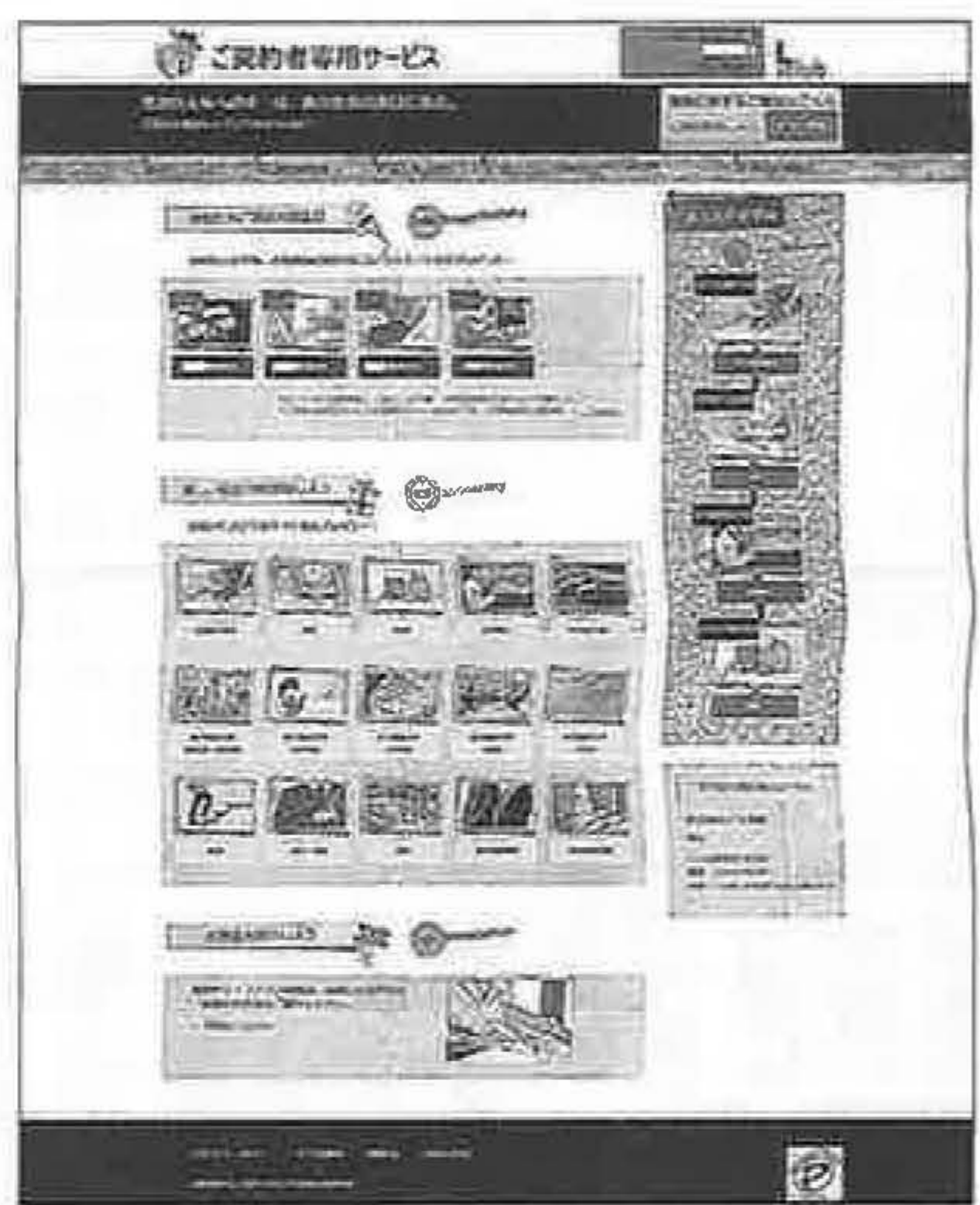
堀井社長兼会長(下段中央)と「L-club」を運営する社員の皆さん

代理店向けに「L-club」提供

アフターフォローを代行

ホロスホールディングスグループのエルティヴィー(東京都港区、堀井計社長兼会長)は、代理店向け契約者アフターフォロー代行サービス「L-club(エルクラブ)」を提供している。「L-club」は既契約者への継続的なアフターフォローを代理店や担当募集人に代わって同社が行うもので、新たな見込み客の創出もサポートする。導入した代理店では既契約者の満足度向上や新規契約・紹介の獲得につながっているという。顧客本位の業務運営が求められる中、既契約者のアフターフォローに役立つサービスとして期待される。

誕生や進学、結婚、引越、マイカー購入など16種類)に合わせて役立つ情報とギフト券を配信する。



記念日登録などができる利用者専用ウェブサイト

「L-club」を導入した代理店の活用方法は、既契約者に「L-club」を案内し、利用者専用のウェブサイトを通じて個人情報やライフステージ、記念日などを登録してもらう。そうすると既契約者へのメール

が通知されるとともに、通知者のリストが一覧で見られることから、既契約者のライフイベントの変化を逃さず把握できるようになり、新たな提案の創出につながる」と語る。

追加見直し・紹介を見逃さない仕組み
代理店では、日々の営業活動の中で「既契約者全員に対し、適切な時期に均等なアフターフォローを行いたい」「担当募

別の代理店では同じく導入後半年で29人の既契約者に登録してもらい、既契約者から5世帯の紹介を受け、そのうち4世帯が成約になった。

堀井社長兼会長は「少子高齢化や人口減少などに加え、保険業界ではインシユアテック企業が参入するなど環境が変化しており、今後さらに顧客接点が分散されていく。その中で既存の代理店が生き残るためには、今ある顧客情報資産を最大限活用していくことが重要だ」と言う。また、「代理店独自のサービスを提供するために顧客を会員

化する必要性が高まっている中で、会員化を図るサービスとしても活用可能だ」との考えを示す。同社では、顧客本位の業務運営が求められる昨今の状況を踏まえ、既契約者のアフターフォローに役立つサービスとして引き続き「L-club」の導入拡大に努める方針だ。また、「L-club」を利用する代理店の既契約者に対するアンケート調査とその分析ができる保険会社向けのサービス拡充や、同社が提供する顧客情報管理システム「CSB」との連携なども検討していくとしている。

3種類のメールを配信

「L-club」では、定期メール②誕生日メール③記念日メールの3種類。定期メールは毎月第2金曜日に配信するもので、保険に関する内容ではなく、代理店の既契約者のライフステージ(独身男性・独身女性・12歳までの子どもがいる・13歳以上18歳以下の子どもがいる・シニア男性

誕生日メールは、代理店の既契約者本人と家族(配偶者、子ども、親など)の誕生日の1週間前にお祝いメールを配信する他、本人や子どもの誕生日には数百円のデジタルギフト券もプレゼントしている。また、記念日メールは既契約者が登録した記念日(子どもの

配信は自動化され、定期的なアフターフォローができるようになる。一方、導入した代理店と担当募集人は代理店専用ウェブサイトで既契約者のエプサイトで見直し・紹介の仕組みが共有できる他、メールが配信されたこと

の平田詩織氏は「代理店の既契約者の興味を引くメールになるよう、既契約者とライフステージが近い社員がメール作成を担当し、内容は社内のメンバー全員で議論して見直すなど工夫している」

集人任せにせず組織的なアフターフォローを実施したい」「アフターフォローを行うことで追加や見直し、紹介につながっているところは少なくない。「L-club」を

「追加・見直し・紹介のタイミングを逃さず既契約者に連絡できるように

堀井社長兼会長は「少子高齢化や人口減少などに加え、保険業界ではインシユアテック企業が参入するなど環境が変化しており、今後さらに顧客接点が分散されていく。その中で既存の代理店が生き残るためには、今ある顧客情報資産を最大限活用していくことが重要だ」と言う。また、「代理店独自のサービスを提供するために顧客を会員

平田氏は「今求められている顧客本位の業務運営は、『L-club』が目指してきた方向性と合致している。引き続きサービス内容をブラッシュアップし、代理店における顧客本位の業務運営のさらなる推進と業務品質向上に貢献していきたい」と述べる。

新たな見込み客創出もサポート

「L-club」は既契約者への継続的なアフターフォローを代理店や担当募集人に代わって同社が行うもので、新たな見込み客の創出もサポートする。導入した代理店では既契約者の満足度向上や新規契約・紹介の獲得につながっているという。顧客本位の業務運営が求められる中、既契約者のアフターフォローに役立つサービスとして期待される。

「L-club」は既契約者への継続的なアフターフォローを代理店や担当募集人に代わって同社が行うもので、新たな見込み客の創出もサポートする。導入した代理店では既契約者の満足度向上や新規契約・紹介の獲得につながっているという。顧客本位の業務運営が求められる中、既契約者のアフターフォローに役立つサービスとして期待される。

「L-club」は既契約者への継続的なアフターフォローを代理店や担当募集人に代わって同社が行うもので、新たな見込み客の創出もサポートする。導入した代理店では既契約者の満足度向上や新規契約・紹介の獲得につながっているという。顧客本位の業務運営が求められる中、既契約者のアフターフォローに役立つサービスとして期待される。

「L-club」は既契約者への継続的なアフターフォローを代理店や担当募集人に代わって同社が行うもので、新たな見込み客の創出もサポートする。導入した代理店では既契約者の満足度向上や新規契約・紹介の獲得につながっているという。顧客本位の業務運営が求められる中、既契約者のアフターフォローに役立つサービスとして期待される。

「L-club」は既契約者への継続的なアフターフォローを代理店や担当募集人に代わって同社が行うもので、新たな見込み客の創出もサポートする。導入した代理店では既契約者の満足度向上や新規契約・紹介の獲得につながっているという。顧客本位の業務運営が求められる中、既契約者のアフターフォローに役立つサービスとして期待される。

「L-club」は既契約者への継続的なアフターフォローを代理店や担当募集人に代わって同社が行うもので、新たな見込み客の創出もサポートする。導入した代理店では既契約者の満足度向上や新規契約・紹介の獲得につながっているという。顧客本位の業務運営が求められる中、既契約者のアフターフォローに役立つサービスとして期待される。

「L-club」は既契約者への継続的なアフターフォローを代理店や担当募集人に代わって同社が行うもので、新たな見込み客の創出もサポートする。導入した代理店では既契約者の満足度向上や新規契約・紹介の獲得につながっているという。顧客本位の業務運営が求められる中、既契約者のアフターフォローに役立つサービスとして期待される。