

エルティヴィー

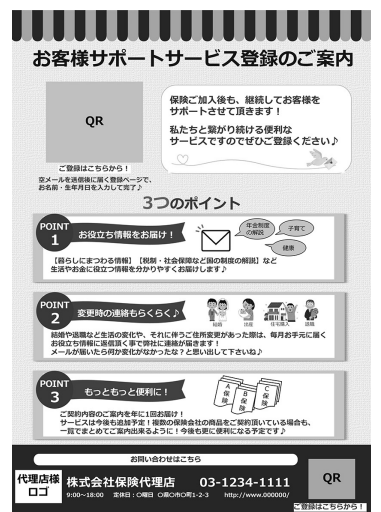
新たなアフターフォロー代行サービス「L-Agent」

「CSB」のデータと連動

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、堀井計代表取締役）は、これまで提供してきた代理店向け契約者アフターフォロー代行サービス「L-club」をリニューアルし、新たに「L-Agent」として提供を開始した。同社が提供する顧客情報管理システム「CSB」の顧客・契約データに基づいた定期メール配信が可能になった他、今後新たに実装される予定の検索・条件絞り込み機能を使い、顧客の契約状況などに応じてリストを抽出すれば、適切なアフターフォローにも取り組める。募集品質の統一化が進められている中ではアフターフォローの重要性が高まっていることから、代理店の募集品質や顧客満足度の向上を図るサービスとして期待される。

新たに提供を開始した「L-Agent」では、「CSB」の顧客・契約データに基づいて定期メールを配信する。これは同社がユーザー（代理店や担当募集人）に代わって既契約者に定期メールを配信するもので、「L-club」で提供していた機能を引き継いだ形だが、それに加えてCSBの顧客情報画面で顧客ごとにメール配信の可否設定ができるようになったことから、配信を顧客に配布するQRコード付きリーフレットは同社が用意することから、ユーザーは訪問時に顧客内容の確認を代理店と

QRコード付きリーフレット



できる。

ソリユーション事業部の水野美乃理氏は「『L-Agent』は現在、定期メール配信の機能のみ先行でリリースしており、年内には検索・条件絞り込み機能やSMS配信機能を追加し、さらに

メール配信やリスト抽出等が可能

「L-club」で提供していた機能を引き継いだ形だが、それに加えてCSBの顧客情報画面で顧客ごとにメール配信の可否設定ができるようになったことから、配信を顧客に配布するQRコード付きリーフレットは同社が用意することから、ユーザーは訪問時に顧客内容の確認を代理店と

契約一覧送付機能も実装していく。月1回の定期メール配信と年1回の契約一覧送付などで接点を

「CSB」の顧客・契約データに基づいた適切なアフターフォローをサポートするための機能となる。例えば「医療保険には加入しているが、がん保険には加入していない」「古い収入保障保険に加入しており、見直しを提案したい」「特定保険に加入している」「高齢者対応を行った顧客」といったように、条件を絞り込んで顧客リストを抽出すれば、それに応じた情報提供や商品提案、顧客対応ができ、募集品質と顧客満足度のさらなる

「CSB」ユーザーではなくとも利用可能だ。そのため「アフターフォロの一環として、まずは顧客とメールでコミュニケーションできる体制を構築したい」という代理店も、気軽に使うことが

また、「『CSB』の

開発に着手するとともに、能動的に情報提供やアフターフォローができる仕組みとして会員制サービスを提供してきた。そしてこれらのノウハウを外部にも提供するため、ホロスプランニングのマーケティング事業部を2011年11月にエルティヴィーへ分社化し、会員制サービスは「L-club」として提供を開始した。そうした中、保険業界ではDXの進展やインシユアテック企業の参入、募集品質の統一化など環境が変化している。とりわけ募集品質の統一化においては、アフターフォローの重要性が高まっていることから、代理店が保有する顧客・契約データを最大限に活用したアフターフォローを実現するため、「L-club」を「L-Agent」にリニューアルし、アフターフォローがビジネスの根幹であり、それがマーケティングにつながるかと考えている。「L-Agent」と「CSB」はそれを実現するサービスだ」と話す。



堀井氏(左)と水野氏

また、顧客の登録手続きについても、QRコードを読み取って空メールを送信し、簡単な入力作業を行えば完了するよう

「CSB」の顧客・契約データに基づいた適切なアフターフォローをサポートするための機能となる。例えば「医療保険には加入しているが、がん保険には加入していない」「古い収入保障保険に加入しており、見直しを提案したい」「特定保険に加入している」「高齢者対応を行った顧客」といったように、条件を絞り込んで顧客リストを抽出すれば、それに応じた情報提供や商品提案、顧客対応ができ、募集品質と顧客満足度のさらなる

「CSB」ユーザーではなくとも利用可能だ。そのため「アフターフォロの一環として、まずは顧客とメールでコミュニケーションできる体制を構築したい」という代理店も、気軽に使うことが

また、「『CSB』の