

ニューノーマル時代を切り抜ける 保険業向け Real/Digitalハイブリッド マーケティングプラットフォーム

デジタルマーケティングプラットフォームとAIターゲティングを活用した、リードの効率的獲得と成約率向上の実現を支援

COVID-19の影響によって対面営業への制約が強まる中、保険各社は非対面営業の強化を進めています。しかし、顧客側の保険相談や加入検討チャネルに関する選好は、Webなどの非対面へ移行しつつも、まだ十分に認知・期待されていません。一方で、マーケティング領域でも保険業界は従来よりDX化が先行している領域ではあるものの、思うように営業へのトスアップが進まず、結果的に売り上げにつなげられていない状態です。

アビームコンサルティングは、本質的にオンラインでのニーズ喚起が難しい保険業界において、対面営業と同等、もしくはそれ以上の成果を実現するため、デジタルマーケティングプラットフォームとAIターゲティングを活用してNew Normalにおける効率的なリード獲得と成約率向上を支援いたします。

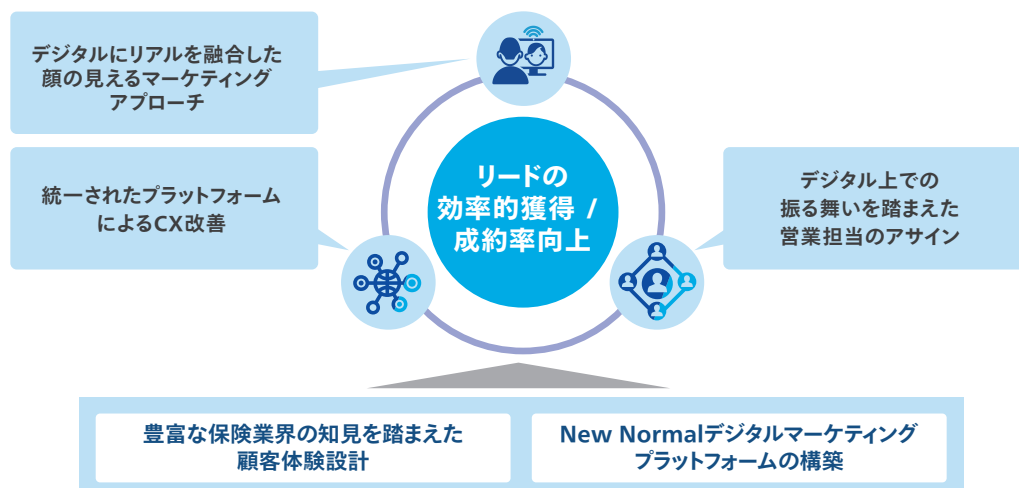
New Normal時代に向けて保険各社が取り組む施策と想定される課題

保険会社各社は、ウェブ相談などのツールを活用や、デジタルコンテンツの充実により、デジタル上でのリード獲得・育成に力を入れています。しかし、それだけではせっかく検討モードに入った顧客がいたとしても、ニーズがとらえきれない、顧客との関係性が醸成できないなどの理由で自社にフックし続けることができず、取りこぼしが発生します。



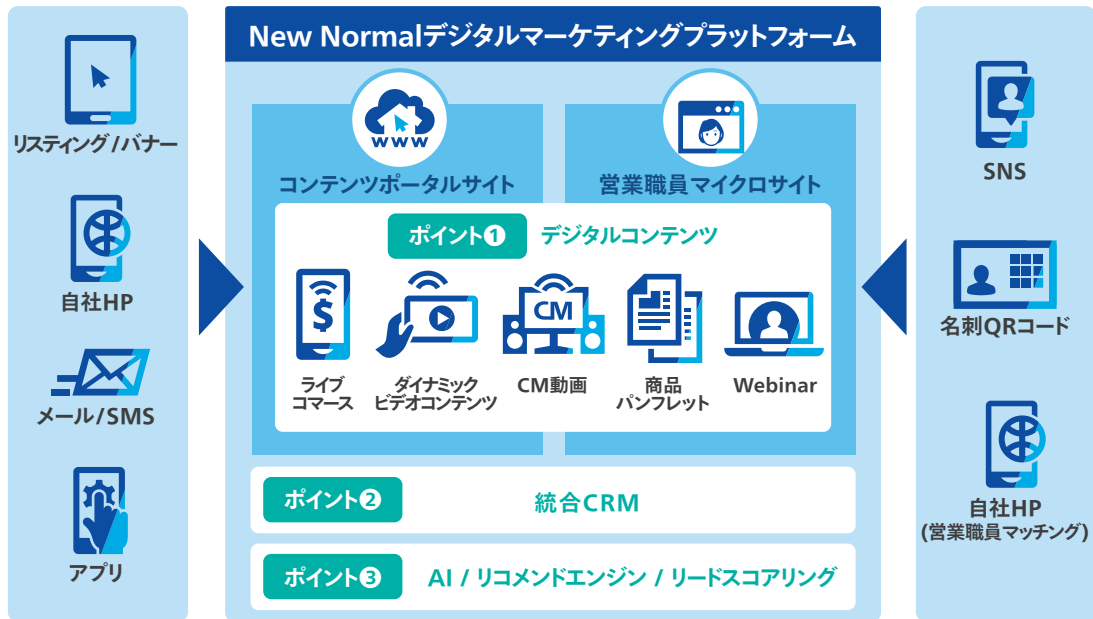
アビームコンサルティングの提案するアプローチ

上述の課題を解決するためには、検討モードに入った顧客をオンライン上で確実に捉えていく＝フックする仕掛け作りが必要です。アビームコンサルティングは、これまでのリアル（対面）中心の営業活動の良さを活かしつつ、デジタルソリューションの力を活用した、ハイブリッドなマーケティングプラットフォームの提供により、成約率の向上の実現を支援いたします。



ソリューションの全体像とポイント

「New Normal デジタルマーケティングプラットフォーム」では、ランディングページ（コンテンツ提供ポータル）、営業職員マイクロサイトを中心に、既存のデジタルコンテンツも有効活用したうえで、あらゆるチャネルを駆使し顧客をフックする仕組みを構築します。



ポイント① マイクロサイトを活用した営業職員個別デジタルコンテンツ充実による顧客訴求

デジタル上で顧客自らがコードを高めにくい保険には、保険のプロである募集人（営業職員や代理店）のスキル・経験をデジタルの世界でも活用・融合した、リアルと遜色のない双方向のコミュニケーションが有効です。マイクロサイトを活用することで、従前の保険商品のプロダクトアウトではなく、価値観の共感・信頼に基づく顧客ネットワークを構築し、対面営業では成し得ない規模のリード創出につなげることも可能になります。

ポイント② 顧客情報の一元管理を可能にする統合CRM×保険業界向けテンプレート

リードを獲得しても商談からアフターサービスまで管理ができなければ、ペインポイントを生み出してしまい、顧客の離反に繋がる可能性があります。アビームコンサルティングは保険業界における豊富な知見をもとに顧客体験を設計の支援を行ったうえで、それを実現するための保険業界向けの統合CRMテンプレートをご用意しているので、クイックな改革が実現します。

ポイント③ 顧客と営業職員のAIマッチング活用によるリードナーチャリング

デジタル行動を統合CRMへ蓄積し、顧客の基本情報とAIによるスコアリングを組み合わせながら最適な募集人（営業職員または代理店）をマッチングすることで、成約率の向上と成約期間の短縮を達成します。

構想策定の必要性とアプローチ例

マーケティングオートメーションツール導入やWebページの改善等、それぞれの施策を単独で実施すると、部分最適となり期待した効果を得られない事例が多く見受けられます。個々の施策を実行する前には、デジタルマーケティング推進により顧客が得られるベネフィットを明確にし、保険会社の認知～営業職員へのトスアップまでの購買プロセスで、どのような顧客体験を目指すべきかの全体構想と実現ロードマップの検討が必須です。

アビームコンサルティングは豊富な保険業界の知見をもとに、最適な顧客体験の設計と効率的な実現ロードマップの定義を支援いたします。

