

「ファンツリーfor保険営業」を開発・提供

ファンツリー・マーケティング株式会社

砂田全士代表



再現実性の高い熱狂的ファン作りの方法を仕組み化して安定した売上を上げ続けるための既存顧客と人脈に特化したマーケティング手法「ファンツリー・マーケティング」。MDRT世界大会でも2度の講演実績を持ちこの手法を提唱するファンツリー・マーケティング株式会社(砂田全士代表)ではこのほど、このマーケティング手法をシステム上で管理できるようにすると同時に、法人顧客にLINE登録してもらっただけでこのマーケティングコンテンツと顧客情報が紐づけられ、顧客に適した情報をAIが導いてくれるといった保険営業向けのプラットフォーム「ファンツリーfor保険営業」を開発・提供開始した。

熱狂的ファン作りを仕組み化

新ツール導入で紹介さらに増やす

保険営業向けのプラットフォームシステム「ファンツリーfor保険営業」を活用して売上倍増を実現できる対象として最も効果的なのは、募集人の売上アップの底上げを課題とする保険代理店・保険会社管理職だと砂田氏は言う。既存顧客と人脈に特化したマーケティング手法であるファンツリー・マーケティングを学ぶだけではなく、他の募集人の最新の成功事例を徹底的に真似できる環境が準備されているからだ。

例えばほぼ法人マーケット未経験の募集人が、成功事例を真似て3か月実践することで従業員100名超の法人の福利厚生プラン年払2000万円超の成約になったケースもある。この成果を

「ファンツリーfor保険営業」では、「既存顧客ベスト20」「ワークスする理想の顧客(候補も含む)3~6名」の人脈の広がりを同社が独自に開発した顧客戦略ツールを活用して見える化し、顧客への具体的なアクションプランを入力することで最速で成果に繋がる行動計画をシステム上で作成することができるようになる。また、システムと顧客情報を紐づける「顧客サポートLINE機能」を組み込むことで、リスト上の顧客それぞれに最適な経営支援策を抽出できるようにした。

まず既存顧客上位20名の分析をし、そこから「ワークスする理想の顧客(年2、3件このような契約があれば最高という顧客)へのアプローチに繋がること、募集人が自身の強みに気づくこと、この法人保険成功事例のケースも、個人保険でのマネープランでのヒアリング力が極めて高いという強みに募集人自

身が気づき、経営者に実践したことから成約に繋がったそう。

「ファンツリーfor保険営業」では主要コンテンツの一つとして、再現実性の高いファンツリー・マーケティングを実現させるためのネットワーク構築の場である「ファンツリー実践会」への参加をシステム上から連動させられるようにした。

実践会コンテンツでは、結果に繋がった現場成功事例や顧客戦略ツールの最新活用事例のシェア、土業や異業種とのビジネスコラボのパートナーの見つけ方だけではなく、パートナーをマッチングする場もオンラインで提供している。

「このコンテンツを活用することで、学ぶだけでは解消できない現場での悩みを向ても質問できる、顧客戦略ツールを活用して成果に繋がるアクションプランを落とし込める、顧客単価アップへ繋がるビジネスチームを自分から構築するといった実践の機会が得られます」(砂田氏)。

ゴールにするのは「顧客感謝」、自然と紹介や提携が

LINE登録だけでAIが顧客の本業を支援

「このコンテンツを活用することで、学ぶだけでは解消できない現場での悩みを向ても質問できる、顧客戦略ツールを活用して成果に繋がるアクションプランを落とし込める、顧客単価アップへ繋がるビジネスチームを自分から構築するといった実践の機会が得られます」(砂田氏)。

具体的には、法人顧客にユーザー(保険代理店やセールスパイソンなど)の公式LINEへLINE登録をしてもいいから、システム上で顧客ごとにパーソナライズされた経営情報や経営者間での応援や成長社それぞれの課題や成長

実現のためのソリューションを可視化できるため、顧客の本業支援を効果的に行えるようになる。一方で顧客側はLINEに登録するだけで、自社に合う補助金や助成金、同業他社の新規事業例や成功事例、成長課題解決のためのコンテンツ(動画、記事)、さまざまな会社や専門家とのマッチング情報などが得られる。法人顧客に対してLINEへの登録を促すだけでよいので、ハードルが低いことがユーザー側の大きなメリットといえる。

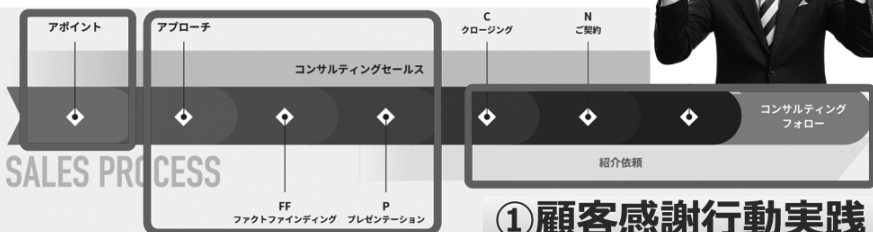
「この顧客サポートLINEのシステム開発元の会社では現在全国の銀行や自治体・商工会など100箇所以上での本格導入を進めていますが、保険業界では当社とOEM開発したファンツリーfor保険営業以外でサービス提供の予定はないそうです。現在日本の大手生保会社で本格導入に向けて打合せを進めています」(砂田氏)。

他にもシステム上には最新の成功事例を勝ちパターンとして徹底的に真似てできる提案実例動画や

顧客感謝をゴールとして活動すると...

②自然な紹介(理想の見込客)

契約だけ追っていた時にはなかった紹介や提携で気付いたら売上6倍♪



③勝ちパターンTTP(コンテンツ・実践会)

①顧客感謝行動実践(戦略ツールで明確化&顧客へLINE登録案内)



個別相談会予約



実践会PV

その資料、その他土業事務所との提携しそのまま活用できる勉強会動画および資料など多くの成果を生んできた成功事例が盛り込まれている。携帯やタブレット端末でも視聴できるので、募集人のレベルアップに大きく寄与できそう。

新規開拓よりも既存顧客を大切にすることがファンツリー・マーケティングの本質だと砂田氏は強調する。

「顧客感謝をゴールに設定することで顧客感謝のための行動を実践するようになり、その結果、自然な紹介(ワークスする理想の顧客)がもたらされ、契約だけを追っていたときにはなかった紹介や提携で気づいたら売

