

今期の営業活動方針説明

代理店とのリレーション強化等掲げる

ベル少短 第11回全国募集代理店研修会開く

ベル少額短期保険は9月4日、東京都港区の世界貿易センタービルで「第11回全国募集代理店研修会」を開催した。研修会では、田中政博社長が今期(第36期)の営業活動方針として、①葬儀社代理店とのリレーション強化②高齢化社会、おひとりさま問題(孤立化社会)への取り組み③広報・宣伝活動への取り組みの三つを掲げ、具体的な取り組み内容を説明した。また、ミニ講演会では募集代理店3社が独自の営業活動などを紹介し、ノウハウを共有した。当日は北海道から沖縄まで32社41人が参加した。



全国から32社41人が参加

保険情報メディアやサイトを利用した広告掲載などに取り組むとした。続いて、同社営業部の担当者が「千の風」秋の募集キャンペーンや2020年度業績募集

セミナーの冒頭、田中社長があいさつし、「当風」の保有契約件数が2万件を突破(7月末時点)したことを報告した。業務を担当する点として、金融庁との折衝や内部監査業務などに携わり、6月に社長に就任した。まずは当社の事業継続を目標に経営に携わっていききたい」と述べた。



田中氏



御手洗氏



三上氏



秋元氏

ミニ講演会で代理店のノウハウ共有

今期の営業活動方針を踏まえた具体的な取り組みについては、「千の風」の販売促進に向け、販促ツール(チラシや動画など)の無償提供と活用提案を積極的に行うと

高年齢化社会、おひとりさま問題への取り組みは、高齢者や身寄りがない人に対してさまざまなサービス(住居・身元確認、見守り、死後事務)を提供している認定NPO法人市民福祉協議会と

連携し、死後委任契約に基づき保険契約の普及に努める考えを示した。広報・宣伝活動は、通いやすさや活動内容について「千の風」のコンプライアンスに関する連絡事項を説明した。

ミニ講演会では、㈱ラ

手洗千世社長が「私の表現方法」をユーチューブを活用した自社の認知度アップ法やその活動内容について「千の風」をテーマに、同氏が葬儀社を創業した経緯や現在の営業活動状況、ユーチューブを活用した動画配信の効果などについて解説した。

ユーチューブによる動画配信は、誰がどういった考えで事業を営んでいるかを伝えられる他、本人が出演することで信頼度が高められるといったメリットがあるとした。また、事前相談や資料請求、「千の風」に関する

「横須賀市エンディングプランサポート事業」全国初の自治体と葬儀社の連携による住民へのエンディング支援事業」と題し、同事業の仕組みや相談事例、メリットなどについて解説した。

同事業は、一人暮らし

問い合わせが増えているとし、「このやり方が正解かどうかは分からないが、他社や人とは違う視点で、自分らしく、焦らず、やれることをコツコツやってみよう」と述べた。

「横須賀市エンディングプランサポート事業」の三上真弥営業部長は「葬儀社のメリットについては、生前契約が獲得できること、市役所発行の伝達ツールを介して医療分野(救急隊・病院)との連携がスムーズになること、アップセルによる収益向上の余地があることなどを挙げた。

「横須賀市エンディングプランサポート事業」の秋元氏は「保険専業代理店から見た葬儀保険「千の風」について」をテーマに講演。同社の親会社(保険代理店)での約10年間にわたる募集経験を踏まえ、「千の風」の特徴や生保商品との違い、具体的な販売手法などについて解説した。

「千の風」の長所として、高齢の人でも申し込みができる点や引受基準が幅広い点、死後事務委任契約により受取人を第三者に指定できる点、保険金額が少額のプランがある点などを挙げた。その上で、現在の販売手法とプロセスを説明し、「葬儀保険は目的が明確なため、紹介した販売プロセスを繰り返すことで、必ず募集件数は増える。また、募集に至らなくても、問い合わせる人は終活にまつわるニーズや悩みを持っていることから、将来の見込み客になるのではないか」との考えを示した。

最後に、ベル少額短期保険営業部の担当者が、保険契約引受承諾通知書のリニューアル内容について説明した。

その後、会場を移して懇親会を行った。