

# インシユアテックイノベーション

6

## シヨップ運営からエコシステム構築まで

アイリックコーポレーション

エージェントソリューション部長 **畔柳 主税**

2020年、「健康診断書AI-OCR」「診療明細書AI-OCR」などの新たなソリューションの販売は、新型コロナウイルスで出鼻をくじられる。窮余の策として、オンラインセミナーを4月の緊急事態宣言下の中でスタート。個別営業の名刺への案内で20%の申し込みがあった。ウィズコロナ時代のマーケティング施策の柱となっていく。



山内氏によるセミナーの様子

1:畔柳 主税 2020/3/11(水) 14:18

18RC営業のデジタル化 (DX)について

- 背景
  - (1) 新型コロナウイルスを踏まえた動向
    - 自宅出勤・緊急事態による遠隔・面談・セミナーのオンラインへのシフト
    - 顧客がデジタル化を受け入れやすい
  - (2) 18RCの状況
    - セミナーの中止、顧客からの面談延期など営業活動の停滞
    - Webex・Zoomなどオンラインツールの導入と活用
    - 自分たちの営業スタイルを変えれば、営業促進と売り物になる
- 目的
  - (1) 既存の営業活動の停滞防止と営業促進
  - 案件創出増、面談増
  - (2) 営業のデジタル化ソリューションの顧客への販売
  - 販促ツール：デジタルツール (Webex, Zoom, チャットプラス、スバイラル他)
  - ソリューション：オンラインセミナー+アンケート、オンライン面談+チャットボット
- コンセプトと内容
  - (1) デジタル化ありきで営業のあり方を変える
  - 1) リアルセミナーは、手前もお金もかかるので、東京・大阪の企業代りに数回の交流会・お披露目会
  - 日程・時間が合わない人は、来られない。
  - 2) オンラインセミナーは、お金も手間もかからないので、全マーケットのあらゆるフェーズでの入口にする (メルマガ感覚)
  - 時間が合えば、また、後でビデオで見られるので、参加人数が増える

アイリックのデジタル化(DX)のメモ

トで回答するなどの工夫もした。セミナー参加率は素晴らしい。400人への案内に対し80%の申し込みで20%と脅威の反応率だった。保険会社の方も在宅で個人のパソコンからセミナーに参加してくれていた。

また、面白いセミナーだと社内の関係先に案内メールを転送してくれた。セミナー後の個別面談も4社あり、見込先も8社ほど確保できた。またソリューションの高度化につながるライアンも発掘でき副次効果もあった。

オンラインセミナーの効果は抜群だった。場所の確保・設備・受付など手間もお金もかからない。だから気軽に複数開催できる。出席者も人数制限の必要もないし、自分に合った日時を選んで会社・自宅から関係部署から幅広く集客できる。弊社オンラインセミナーからは始まるマーケティング



【畔柳主税(あぜやなぎ・ちから) 氏のプロフィール】静岡県富士市生まれ・東工大卒。石油会社のIT部門・企業代理店を経て、2013年から、保険業界向けのITソリューションの企画・営業に携わる。持ち味は、企業コラボ。

## 名刺交換から2割集客したオンラインセミナー

2019年までは弊社朝礼をオンラインにしたセミナー・面談を始めた。毎日、お互いの顔を見て、毎日の顔をみるようにした。蛇足だが、仕事人間の営業担当が2月から入院していたが病院から朝礼や社内会議に参加。そこから元気に戻ってきた。一方で大をもろんでいた。そこに突然、新型コロナウイルスのパンデミックが襲ってきた。4月には緊急事態宣言が出され、営業活動も行き詰まっていた。私たちはまずは足元からということで、4月1日からテレワークを導入。

企業訪問による営業活動が停止。オンラインの面談も保険会社中心に受け入れてくれなかった。こういう時は大手企業より個人事業主・ベンチャー企業の方が動きが早い。彼らは3月頃からは早くZoomを活用し

は、Zoomは使えないから見ない」「新聞にZoomはセキュリティに問題があると載っていた」「ノウハウがない」などの不安の声が多数出てきた。企画からゼ

00を営業日報システムから抽出。慣れないZoomも、40分で切れないように、月額2000円ピン機能を使わず手作り進めた。また質問には、別の担当者がチャットで回答するなどの工夫もした。セミナー参加率は素晴らしい。400人への案内に対し80%の申し込みで20%と脅威の反応率だった。保険会社の方も在宅で個人のパソコンからセミナーに参加してくれていた。

・営業のデジタル化は軌道に乗った。プロ・企業代理店・保険会社向けに対象も広がってほぼ毎月開催している。参加者も40人〜100人を安定的に集客している。2回目の緊急事態宣言が出たこの冬でも、集客は以前よりはるかに上回っている。さらに自らの業務をDXすることが顧客のDXにつながるソリューションの開発にもつながっていく。