

職場・新常態

アクサ生命保険は2021年にリモートセールスの仕組みを営業現場に本格導入した。顧客ニーズに応じ、新契約募集時のニーズ喚起から契約締結まで、一連のプロセスを完全リモートで提供する。新型コロナウイルス感染症の拡大局面でも顧客と社員の双方に安心を届けながら業務継続する態勢を整えた。

20年4月に顧客に書類を郵送して送り返してもらう非対面手続きを始めたが、かえって不備が多発してしまった。そこで完全ペーパーレスのプロジェクトを始動。営業戦略本部営業デジタル部の古屋敷康夫デジタル推進グループグループマネジャーは、「顧客にプラスで動いていただくことをなくすことがポイント」と振り返る。本人確認もスマートフォンで完結できるようするなど負荷をかけない利便性の高さを意識した。

専属営業社員による販売チャネルの一つ、「FAチャネル」では新契約プロセスにリモートセールスを利用した割合が初年度から約2割を記録。実践する社員からは「顧客との距離が近くなったことでアフターフォローの頻度が増え、サービスの質が高まった」と、顧客と良好な関係性を築くことに役立っているとの意見がある。21年においてリモートセールスは新契約年換算保険料ペー

リモート営業本格導入

アクサ生命保険

リモートセールスを活用する守屋誠さんは「コロナ禍でリアルに会うことのプレゼンスが高まった」と語る
(アクサ生命提供)



スで、約60億円の売り上げ増加に貢献するなど働き方の側面だけでなく、業績面にも結びついた。

古屋敷グループマネジャーは、「顧客ニーズに柔軟に応えられるハイブリッドプロデューサーを増やしていきたい」として所管部署と連携してリモートセールスの仕組みを高度に活用できる人材育成を進める考え。22年は現行の個人向け契約に限らず、法人向け契約にもリモートセールス導入に向けた準備を進め、対象を拡大する。

(増重直樹)