

保険事業に関する社内ニュース配信をスタート！
役立つ情報などもお知らせします。

リスクコンサルティング

Insurance Start Campaign

【再掲】インスタCP 目的

- ①お得意様へのリスクコンサルティング提案を通じて顧客接点の強化を図る
- ②保険契約の内容を知ることで保険とビジネスのつながりを知る機会とする

保険料RANKING

※2017.11.15メデータ

1位	北海道支社	¥21,970,960	9位	西東京	¥2,871,210
2位	西関東	¥12,973,640	10位	南関西	¥1,316,190
3位	東北	¥5,810,483	11位	東関東	¥1,174,540
4位	北関西	¥4,977,525	12位	中部	¥1,050,920
5位	北関東	¥4,730,890	13位	南東京	¥955,320
6位	埼玉	¥3,847,990	14位	北九州	¥367,180
7位	北陸	¥3,796,220	15位	上信越	¥0
8位	中四国	¥3,231,590	15位	南九州	¥0

件数RANKING

1位	西関東	7社	7位	北陸	3社
2位	北海道支社	6社	10位	埼玉	2社
3位	中四国	4社	10位	中部	2社
3位	東北	4社	12位	東関東	1社
3位	北関西	4社	12位	南東京	1社
3位	北関東	4社	12位	北九州	1社
7位	西東京	3社	15位	上信越	0社
7位	南関西	3社	15位	南九州	0社

インスタCP 中間速報

	①企業数合計	②保険料合計
1位	・3万円相当商品	・3万円相当商品
2位	・達成会開催費用 (計3支店)	・達成会開催費用 (計3支店)
3位		
4位		
5位		
6位		
7位	・達成会開催費用 (計7支店)	・達成会開催費用 (計7支店)
8位		
9位		
10位		



※受賞は支店単位です。

①と②のW受賞は無しとします
(①の受賞支店は②の受賞対象外となります)

**11月末でキャンペーンは終了となりますので、
積極的にお客様へのお声掛けをお願いします！**

キャンペーン概要はこちらをご確認下さい！

http://www.mxa.usen.co.jp/~u8111/eisui_web/campaign/data/InstaCP_201709.pdf

新規契約

👑ご契約おめでとうございます！👑

次のページで1位の**荻井さん(札幌東支店)**に、
早期捕捉の成功事例をインタビュー！

トークに役立つ情報も掲載していますので、
是非ご確認下さい。

※保険募集人単位でカウント(54期累積)
11/17メデータ

1位	荻井 彩花	札幌東支店	15件	10位	北村 れおな	東日本リレーション課	2件
2位	三宅 隆裕	西日本リレーション課	10件	19位	井上 達也	江坂支店	1件
2位	清水 康之	広域営業課	10件	19位	加藤 祐司	松本支店	1件
2位	本田 司	広域営業課	10件	19位	館 健太	横浜支店	1件
5位	加島 紳一	東日本リレーション課	7件	19位	金井 栄次	前橋支店	1件
6位	戸田 潤一	静岡支店	5件	19位	金子 輝之	市川支店	1件
7位	城田 亮	新宿支店	4件	19位	高橋 利之	所沢支店	1件
8位	伊澤 英記	池袋支店	3件	19位	斎藤 卓也	浅草支店	1件
8位	市野 奈穂	西日本リレーション課	3件	19位	小西 英行	奈良支店	1件
10位	橋本 敦	西日本リレーション課	2件	19位	新谷 修平	西日本リレーション課	1件
10位	深町 武志	浜松支店	2件	19位	西岡 岳	立川支店	1件
10位	川瀬 宏治	西日本リレーション課	2件	19位	西村 勇太	綾瀬支店	1件
10位	増野 和彦	さいたま支店	2件	19位	斉藤 克明	札幌支店	1件
10位	村松 美起男	吉祥寺支店	2件	19位	曾根 尚登	東日本リレーション課	1件
10位	田口 冬樹	中津支店	2件	19位	早川 健一	東日本リレーション課	1件
10位	内藤 浩之	長野支店	2件	19位	大久保 貴弘	太田支店	1件
10位	平井 貴博	蒲田支店	2件	19位	中村 健一	札幌東支店	1件
				19位	平野 明	横浜北支店	1件
				19位	網野 智之	青山支店	1件
				19位	藍澤 崇	新潟支店	1件

早期捕捉 成功事例

👑 2か月で15件成約! 👑

これまで当社商材では拾いきれなかったお客様と、商談の機会を設けられる様になりました。



北海道支社 札幌東支店 靱井 彩花さん

「まずは保険代理店としてUSENをご紹介下さい！」

今まで

フレッツをフックに早期捕捉につなげていました。

【課題】

インターネットや音楽放送など、既存の当社サービスを利用しないお客様とはアポが取れず、商談に至りませんでした。

保険商材をフックにすることで

これまで当社商材では拾いきれないお客様とも、商談の機会を設けられる様になりました。

結果的に他商材も契約になるケースが多く、保険商品は早期捕捉にとっても有効な商材だと感じました。

初回は保険の契約に徹し、あまり強くプッシュせずに、「ちなみに・・・」と開業支援のパンフレットを見せて興味のある商材の話にうつる様になっています。

不動産の物件契約は、物件引き渡しの際に、火災保険の契約書に控えが必須になることが多いので、不動産のパートナー様に対し、「まずは保険代理店として、USENをご紹介してください！」とお願いました。パートナー様は、今まで保険については営業単位での付き合いはあったものの、会社としてはメリットがあまり無い状況でした。不動産屋さんにとっても、複数商材の声掛けより、保険に絞って紹介するのは分かりやすく、ありがたいとのこと、今後はUSENに紹介頂けることになりました。

Study Room

第二回目の今回は、保険の大原則「公平の原則」についてご紹介します♪

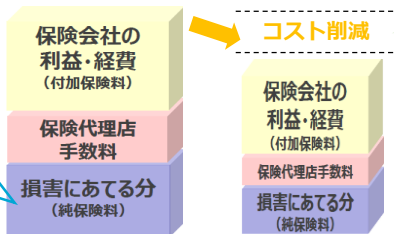
「なぜ保険料が安くなるの？」 補償が薄くなるのでは? ⇒ 「ご安心ください！」

「公平の原則」

により、お客様の事故発生確率の高低にあわせて保険料が決まります。

企業のリスク管理体制が万全で、損害の危険が少なければ、リスク等調整割引を適用することが可能です。

お客様が支払う保険料の仕組み



損害の危険が少ないことを証明すると、保険会社が保険料の割引を承認。

損害にあてる分を少なくすることで、保険料の削減につなげます。

「公平の原則とは？」 (給付・反対給付均等の原則)

事故の確率が高い人には高い保険料、確率が低い人には低い保険料」というように、皆が平等になるようにしている保険の大原則のしくみです。

(例)

- ・鉄筋コンクリート造の住宅」の方が、「木造住宅」よりも火事で燃えにくいので、保険料が低く設定されます。
- ・自動車保険の、ゴールド免許割引、無事故割引などもこちらのしくみを利用しています。

現状の補償内容を下げることなく、ほとんどのお客様が保険料を「大幅削減」出来ています。お客様にわかりやすく説明しましょう♪