

最先端のマーケティング手法解説

目標を明確化して、ひらめきを得る

第3回DIMA特別講演会・交流会

ダイレクト保険マーケティング協会(DIMA)は1月18日、東京都港区のストリングスホテル東京インターコンチネンタルで第3回DIMA特別講演会・交流会を開催した。同イベントは保険マーケティング業界に最新のダイレクト保険マーケティングの情報と相互交流の機会を提供することを目的に開かれているもので、事務局を全国約50社のクレジットカード会社のデータベースにおけるマーケティング実績があるダイレクトソリューションズ(DSG)が務めている。今回の講演会では、マーケティング分野の3人のトッププロが最先端のマーケティング手法などについて解説した。

プロダクト・ローンチに動画活用

開会に当たってDIMAの中西祐介理事長は「業界の3人のトップマーケティングによる講演から、すぐに現場で使えるマーケティングテクニクを学んだ後、参加者同士で交流を図り、楽しい思い出を持ち帰ってほしい」とあいさつした。

講演会ではまず、新商品のプロデュースや起業家のブランディングに特化した、数々のヒット商品や有名起業家を作り上げてきたリアルな安村幹代表取締役が「動画を使った最新のWEBマーケティングで売り上げを一気に10倍にする方法」と題して、スマートフォン時代における動画マーケティングの重要性を説いた。

安村氏は「動画は活からずして情報流してリリースと同時に爆発的に売り上げるマーケティング手法である『プロダクト・ローンチ』に動画を活用することの効果などを解説。『プロダクト・ローンチ』はユーザーに価値を提供しながら、ユーザーとの信頼関係を築いていくもので、購入を促すことをせず、商品が欲しいという心理状態をつくりだす」と述べ、全

体的流れとしては、ビジネス向けのLINEアカウント、顧客に喜ばれるプレゼントを用意するなど、顧客との信頼関係を醸成しながら、商品の必要性を感じさせる内容の動画を盛り込み、最終的に商品の販売ページを提示すると話した。

動画のシチュエーション

動画のシチュエーションについては、最近の主流は「情報番組風」や「対談形式」となっており、動画制作に当たっては、親切にされたら、親切で返したくなる返報性の原理を意識した内容に

代における動画マーケティングの必要性などを説明した。

続いて、商品の販売前から少しずつ情報を流してリリースと同時に爆発的に売り上げるマーケティング手法である『プロダクト・ローンチ』に動画を活用することの効果などを解説。『プロダクト・ローンチ』はユーザーに価値を提供しながら、ユーザーとの信頼関係を築いていくもので、購入を促すことをせず、商品が欲しいという心理状態をつくりだす」と述べ、全



多くの関係者が熱心に聴講した

速度、バラスの男性顧客は男性のオリエターを好む傾向が一定程度満たしているものとして、現在、保険会社はこうしたビッグデータを保有するようになっており、成長段階にあると述べた。

加えて、かつてはビッグデータの活用において、ランダムなマーケティングが行われていたが、現在は正確な知識を持って正しいデータ活用によるマーケティングが行われており、平均収入や与信枠、年齢層、月間取引件数、ロイヤリティなどのビッグデータから、顧客を見つけていくことができる可能性が高まっていると話した。

さらに「最近では、腕時計などにさまざまな機能が組み込まれたデバイスが使われており、それによって歩行データなどが保険会社へ送られ、データとして活用されている。また、クレジットカード関連やSNSを活用した販売経路などの戦略的パートナーから保険会社にビッグデータがもたらされる」とした上で、「今後、ビッグデータが保険業界を確実に変えていき、新しいマーケティングプレーヤーを生み出すだろう」との考えを示した。

また、「営業における難しい課題に直面したときは、まず目標を明確化し、関わる全ての材料を俯瞰してプレストを行うことで『ひらめき』を得ることが求められる。次に、『ひらめき』から仮説を立て、徹底的に検証し、偶然(チャンス)が必然になるまで考えることをあきらめない熱意が必要だ。答えは必ず見つかる」と話した。

さらに、「戦術は奇をてらつてもよいが、大きなマーケティングを狙うこと、戦術から考えても、戦略から考えても構わない」と述べた。

アブタクシオンに関しては、仮説が先にあり、その正否を検証する思考法と説明。「この思考法

を実践せず、従来の三段論法で考えているのは新しいことは生まれない」と指摘した。

加えて、「『ひらめき』は必ず出てくるが、一人で考えるのではなく、プレストなどで刺激やアイデアをもらうことが大切になる。『ひらめき』がすぐに使えるかどうかを十分に検証し、実行することが不可欠だ」とし、「こうした方法を用いないと、競合会社がひらめきあいて、マーケティングがダウンサイジングしてある中で、差別化を図ることは非常に難しい」との考えを示した。

ビッグデータが保険業界を確実に変えていく

DSGのフライアン・シュオルツ社長兼チーフアナリストは「保険マーケティングにおけるビッグデータは輝かしい未来

か、悲慘な失敗か」をテーマに講演。一般的なビッグデータの定義として、ボリューム、

速度、バラスの男性顧客は男性のオリエターを好む傾向が一定程度満たしているものとして、現在、保険会社はこうしたビッグデータを保有するようになっており、成長段階にあると述べた。

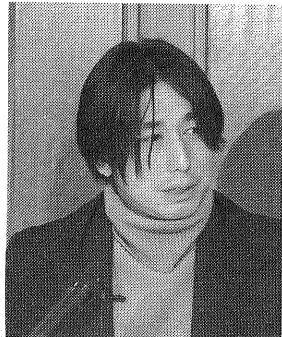
加えて、かつてはビッグデータの活用において、ランダムなマーケティングが行われていたが、現在は正確な知識を持って正しいデータ活用によるマーケティングが行われており、平均収入や与信枠、年齢層、月間取引件数、ロイヤリティなどのビッグデータから、顧客を見つけていくことができる可能性が高まっていると話した。

さらに「最近では、腕時計などにさまざまな機能が組み込まれたデバイスが使われており、それによって歩行データなどが保険会社へ送られ、データとして活用されている。また、クレジットカード関連やSNSを活用した販売経路などの戦略的パートナーから保険会社にビッグデータがもたらされる」とした上で、「今後、ビッグデータが保険業界を確実に変えていき、新しいマーケティングプレーヤーを生み出すだろう」との考えを示した。

また、「営業における難しい課題に直面したときは、まず目標を明確化し、関わる全ての材料を俯瞰してプレストを行うことで『ひらめき』を得ることが求められる。次に、『ひらめき』から仮説を立て、徹底的に検証し、偶然(チャンス)が必然になるまで考えることをあきらめない熱意が必要だ。答えは必ず見つかる」と話した。

さらに、「戦術は奇をてらつてもよいが、大きなマーケティングを狙うこと、戦術から考えても、戦略から考えても構わない」と述べた。

アブタクシオンに関しては、仮説が先にあり、その正否を検証する思考法と説明。「この思考法



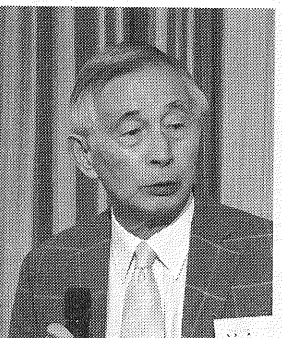
安村氏



中西理事長



シュオルツ氏



高倉氏

DSGのフライアン・シュオルツ社長兼チーフアナリストは「保険マーケティングにおけるビッグデータは輝かしい未来

か、悲慘な失敗か」をテーマに講演。一般的なビッグデータの定義として、ボリューム、

速度、バラスの男性顧客は男性のオリエターを好む傾向が一定程度満たしているものとして、現在、保険会社はこうしたビッグデータを保有するようになっており、成長段階にあると述べた。

加えて、かつてはビッグデータの活用において、ランダムなマーケティングが行われていたが、現在は正確な知識を持って正しいデータ活用によるマーケティングが行われており、平均収入や与信枠、年齢層、月間取引件数、ロイヤリティなどのビッグデータから、顧客を見つけていくことができる可能性が高まっていると話した。

さらに「最近では、腕時計などにさまざまな機能が組み込まれたデバイスが使われており、それによって歩行データなどが保険会社へ送られ、データとして活用されている。また、クレジットカード関連やSNSを活用した販売経路などの戦略的パートナーから保険会社にビッグデータがもたらされる」とした上で、「今後、ビッグデータが保険業界を確実に変えていき、新しいマーケティングプレーヤーを生み出すだろう」との考えを示した。

また、「営業における難しい課題に直面したときは、まず目標を明確化し、関わる全ての材料を俯瞰してプレストを行うことで『ひらめき』を得ることが求められる。次に、『ひらめき』から仮説を立て、徹底的に検証し、偶然(チャンス)が必然になるまで考えることをあきらめない熱意が必要だ。答えは必ず見つかる」と話した。

さらに、「戦術は奇をてらつてもよいが、大きなマーケティングを狙うこと、戦術から考えても、戦略から考えても構わない」と述べた。

アブタクシオンに関しては、仮説が先にあり、その正否を検証する思考法と説明。「この思考法

五訂版

FP基礎

ファイナンシャル・プランニング 赤堀勝彦著

(2018年9月刊)

金融関係で働く者として必要な基礎知識を体系的かつ具体的に解説。FPをこころざす学生のための教材にも好適。

五訂版では、2018年運用開始のつみたてNISA、確定拠出年金制度の一部変更、2018年度税制改正などの最新情報を織り込んで刊行。

ISBN978-4-89293-300-4

お申込みはFAXまたはWebで

FAX 03-3865-1431

http://www.homai.co.jp



保険毎日新聞社

東京都千代田区岩本町1-4-7 TEL 03-3865-1401

●B5判・312頁

●定価(本体3,500円+税)

送料450円+税