



福井氏

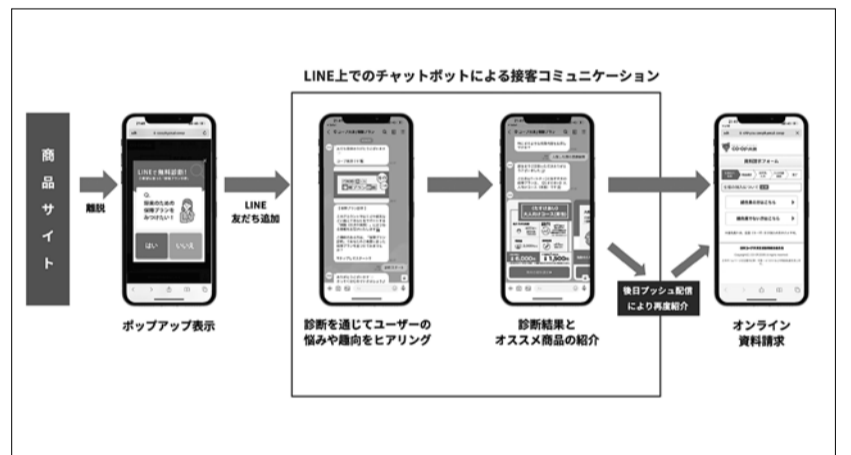
# (株) ZEALS 新規顧客獲得に威力発揮

## チャットコマースのサービス拡大

(株)ZEALS(シールズ、東京都目黒区、代表取締役CEO清水正大)のチャットコマースのサービスが保険・共済業界で浸透しつつある。LINEなどのチャットインターフェースを通じて、利用者がAIとオンラインで対話しながら商品の購入や申し込みを行う際に有効なサービスで、すでに、コープ共済連などで実績が出ている。

### 丁寧なヒヤリングで最適な商品を提案

チャットコマースは、カスタマーサポートのチャットボットとは違い、新規顧客獲得に威力を発揮する。具体的には、保険や共済に興味を持ったり、申し込みを希望したりして保険会社等のサイトに訪問した顧客に対して、例えば、GoogleやYahooなどの検索サイトで、「〇〇生命学資保険」「〇〇生命がん保険」などと検索してサイトを訪問した顧客が、スマートフォンから離脱する際にポップアップ表示して検討を継続してもらうというような仕組みだ。商品サイトから離脱しようとする顧客に対して「LINEで無料診断」等のポップアップを表示し、顧客がLINEの「友だち追加」をした後に、「診断を通じてユーザーの悩みや趣向をヒヤリング」「診断結果等お勧め商品を表示」「資料請求フォロー」に誘導といった流れがとられている。同社のサービスを導入しているコープ共済連の共済推進本部宣伝企画部 齊藤庸介氏は、「国民的チャットアプリである『LINE』を通してチャットボットが、加入検討中の方の目的や悩みなどを丁寧にヒヤリングしてプラン診断し最適な商品を提案する。チャットボットからの質問への



スキーム図

回答により、自身の意向に沿った情報に行き着くことができ、一人ひとりに寄り添いながら商品理解を促進する。また、プランのミスマッチを回避

できる」としている。さらに、その場でより詳しい情報を知りたい場合は、資料請求もできる。コープ共済連では、22年1月末に運用を開始し、約6カ月間でLINEアカウントの友だち追加数は3万人を越え、月1000件以上の資料請求につながっているという。スマートフォン上のウェブサイトに閲覧数の最も多いのは20〜30歳代だが、チャットボットの利用は50歳代が最も多いといった傾向も明らかになっている。

なかったケースでも、後日プッシュ配信で再度紹介することができる。お客さまの課題や不安や重視するポイントなどはヒヤリング済なので、それを生かした対応を継続できる点も当社サービスのメリットだ」と話す。

同社のサービスは、完全成果報酬であり、LINE上で行う会話の設計を含み制作・運用もすべてシールズが担うため、「手間や金銭的なリスクもなく、加入増に向けてチャレンジいただけるとの届きやすいDX施策として、銀行業界や証券業界でも導入が進んでいるため、今後は、保険や共済業界にも貢献していきたい」としている。現在、コロナ禍で保険業界でもオンライン販売のニーズが高まっていることや昨今のウェブマーケティングの世界で一大テーマとなっているcookie規制等を背景に、保険会社などから多くの問い合わせがあり説明機会も増えているという。「今後は、導入先の企業・団体と連携しながら、共済、保険商品ならではの会話設計(コミュニケーション)のより一層の改善を進めていく」方針だ。