

## ブレインマークス

安東邦彦氏に聞く

# ニューズレターで代理店支援

顧客とのクリップ力が鍵となる代理店業界。DMなどの販促ツールはよくある話だが、販売色が強いと顧客との信頼関係が構築しにくいといった問題点もある。そういった中で、注目を集めているのがニューズレターだ。毎月、リスクマネジメントの話やニューズ性の高い情報などを代理店に代わり製作、顧客に提供する。そのニューズレターを制作しているのがブレインマークス(東京都足立区、安東邦彦社長)である。あえて販売色をなくすことで、顧客は代理店をリスクマネジメントのコンサルタントとして意識する。すでに一部の代理店が取り入れており、信頼関係構築に効果を発揮している。

業スタイルがあるはずだと模索してきた。「わたしがやりたかったのは、営業というものを自分で変えることだった」という。

## 農耕型スタイルの営業へ

安東氏はもともと税理士や社会保険労務士といった「土業」のマーケティング支援を行ってきた。

た。保険業界に目を向け、グ支援を決意した。安東氏は3年前、「これからの営業は専門家の時代。土業でできた支援と代。土業でできた支援と同じことが、専門家である保険代理店でも可能ないはずだ」と安東氏は代理店に向けたマーケティングと、営業のコンサルティ

ング会社を作った。安東氏は過去、通販会社で通販のマーケティングを学び、ITベンチャーでWEBサイトを学んだ。EBSサイトを学んだマーケティングを学んだ。その経験から、今までは違った営



▼安東氏

一人のスキルに頼らない方法があるとして、WEBサイトをまとめて集客をし、継続的にニューズレターでフォローし契約まで結び付けるノウハウを構築した。いわば、農耕型と呼ばれるスタイルで、顧客をいきなりクロ

「世の中に営業で苦しんでいる人はたくさんいる。絶対にこの方法を伝

## 代理店のブラン

ド化を

安東氏のニューズレターは法人顧客向けと個人顧客向けに分かれ、リス

クマネジメントや旬の情報など、毎月手作り感のあるものを届けている。契約した代理店はそれを自社の名で送付することができる。内容的には物語風にストーリー展開されているため、単なる情報だけを提供するものと違いスムーズに読むことができる。

「営業が顧客に『ありがとう』と言われるためにどうしたらいいかをコンセプトにしている。今までは営業マンが顧客を探しに行っていたが、これからは顧客が営業を探す時代になる」と強調する。

「その代理店から保険を買っていることが、ブランドになってほしい」と安東氏は口にする。日々、意向確認や重要事項説明などで、新規契約に時間が割けないのが現状だが、毎月、信頼を蓄積していく地道な努力の先にしか成功はないと語る。

# これからは顧客が営業を探す時代