

通販生保会社の裏側「通販ビジネスモデル」

テレビでよく見る生命保険の広告。
ラジオや雑誌でもよく見ます。
でも、あれは儲かるのだろうか？
どういうカラクリ、ビジネスモデルに
なっているのだろうか？
現役のマーケッターが、その裏側を
わかりやすく説明します。
なるほど、そういうことだったのか・・・
となります。

目次

1. 通販生保
2. 広告活動
3. 世界の壮大なウソ
4. 許せるうそ いたずら

1. 通販生保

通販生命保険のマーケティング部門での話。
実は、私も携わっています。

営業方法としては、
マスコミ（＝広告媒体：TV、ラジオ、新聞、雑誌等）に
広告を載せて、それを見た、お客様が資料請求、契約申し込みを
するというビジネスモデルです。

商品は生命保険（死亡保険＋入院・ガン特約付き）。
生命保険にしては珍しく、掛け捨ての保険。
そのため、保険料は安くなっています。
年齢によっても異なりますが、
死亡時の保険金額が500万だと、
月々の掛け金は3000円くらいと、リーズナブルな値段。

さて、この保険を1件獲得するために、通販の保険会社は
どのような活動をしているのでしょうか。

2. 広告宣伝

まずマーケティング調査をして、お客様になってくれる、見込みの高いところをねらって広告を打ちます。

この生命保険の場合は、30代前半の、子持ちの主婦がターゲットでした。

お父さんに保険をかけるのです。
子供も小さく、お父さんに万一のことがあったら大変ですから。

だけどこの年代はお金もあまり持っていません。
だから、掛け捨ての安い保険がピッタリなのです。

というわけで、30代前半の主婦の読んでいそうな、雑誌に広告を載せます。
たとえば、雑誌「サンキュー」。
コストはだいたい200万円くらいです。
内訳は、原稿作成と雑誌社への支払い。

3. 資料請求の獲得

次に、この雑誌を読んだ人が、広告を見て資料請求をしてくれます。

どのくらいか？
読者1万人に6人くらい。
読者数50万人で300件の資料請求があります。

ということは、200万かけて資料請求が300件。
1件の資料請求を獲得するために、6666円かかる計算です。

4. 契約申し込み

資料請求のあと、契約申し込みにまで到達する確率は？
これがだいたい10%。

ということは、10件の申し込みです。
200万で30件。1件あたり6.6万円。

そうです、保険契約1件を獲るために、6万6千円かかるのです。

そして、獲得した保険の保険料は・・・
月3000円（→年間36000円です。）
3年くらい継続してくれれば、ペイするという計算です。

これで、何とかやっていけるという水準です。
となると、いかにして、効率のよい広告を出すかが
生き残りのポイントになります。

そういう広告媒体をいつも探しているのです。

いい広告媒体がありましたら教えてください。

=====

ご意見等ありましたら、
下記へご連絡お願いいたします。

発行者 藤原一太郎
連絡先 hssk1101@yahoo.co.jp

こちらのブログも、ご参照ください
エクセレント ライフ
<http://hssk2101.seesaa.net/>

=====