ライフネット生命保険に乗り換えたくなる

プロモーション企画のご提案

54E18FA540

＜課題＞　　ライフネット生命保険に「乗り換え」てもらう。

そのためには、ライフネット生命の最大のメリットを伝えることが重要です。

保険料が安い

そこから、**【保険の見直し】**という

“具体的なアクション”に結びつけていくことがポイントです。

ただし、ターゲットである「30～34歳の子どもがいる既婚男性」は、
「縁故募集」や「職域募集」での加入が多いため、
乗り換えさせるのが難しい・・・

そこで
迂回攻略！

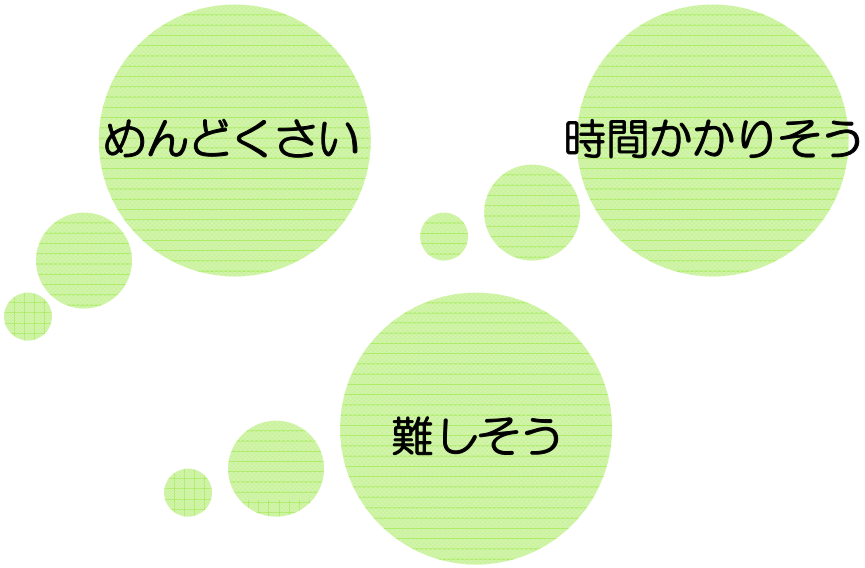
ターゲットは、ダンナの妻。

Target

「保険料が安い!」メリットは、
「家計節約」の観点から
妻にアピールするほうが効果的！

妻から夫へ、【保険の見直し】を進言してもらう攻略ルートです。

とはいえ、保険の見直しにはこんなイメージが・・・



企画ポイント

ライフネット生命保険の、「シンプルに考える」ことを
「シンプルに理解」してもらう。

そのため、<u>実際に保険を見直した人の体験談を紹介する</u>ことで、

ライフネット生命＝「安い！」

というメリットを強烈にアピールしたいと考えます。そこで、

安井さんちの保険料は、ホントに安いのか!?
見直し隊が調査訪問します！

全国の安井さんにご協力いただき、保険料の見直しを実施。

安井 〇〇さん

安井 〇〇さん

安井 〇〇さん

安井 〇〇さん

安井 〇〇さん

安井 〇〇さん

見直しにあたっては、
ライフネット生命保険の方が直接、安井さん宅を突撃訪問。

調査ポイント

- ○ 過去の保険の加入経路
- ○ 現在の保障内容と保険料
- ○ 見直し後の保険料

安井さんの保険料見直しを
リアル体験談の記事として
Webページで紹介します！

さらに！
安井さん以外も

体験談から保険料シミュレーション・見直しへ！

「保険料見直し額グランプリ」を開催！

概要

保険の見直し・申し込みで
もっとも保険料が安くなった人に、
「金の“YASUI” トロフィー」をプレゼント。

告知方法

主婦が接触する機会の多いWebサイトにバナー広告を掲載します。

30代主婦に人気の料理レシピサイト

チラシポータルサービスサイト

ライフネット生命のWebサイトへと誘導します

新規契約者1人当たりの費用は？
（料理レシピサイトにバナー広告を掲載した場合での算出）

1 本企画にかかる費用

バナー広告制作・掲載料（1カ月）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・420万円
安井さん調査訪問コンテンツ作成費（※1）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 300万円
WEBページ制作費・・300万円

※1 安井さん宅（6名ほど）宅に行く移動費、人件費などを含める

計 **1,020万円**

2 本企画における新規契約獲得件数目標

日本の30代女性人口総数（※2）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・915万5,000人
◆日本最大規模の某料理レシピサイトは30代女性の3人に1人が利用（※3）していることから、
最大で305万人のユーザーがいると想定

日本の30代女性のうち、内配偶者がいる率（※4）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・67%
◆305万人×67%＝204万人が主婦であると想定

本企画における新規契約獲得件数目標を
某料理レシピサイトに足を運ぶ30代主婦の0.1%とする → 目標 **約2,000件**

新規契約者1件あたりの広告費＝約5,000円

これをポータルサイトをはじめとする別媒体に水平展開していくことで、
新規契約獲得件数を増やしていきます。

※2、4 総務省統計局統計調査部国勢統計課「国勢調査報告」
※3 某料理レシピサイトのホームページより