

デジタルマーケティング特集

営業店を支える
最新テクノロジー

フロントライン

インターネットやスマートフォンの普及により、消費者にデジタル取引が浸透し、購買行動は非対面へシフトしている。企業ではデジタルマーケティング施策の必要性が高まっており、金融機関も対策が必須だ。最も重要なことは、顧客データを収集し、仮説を立て、マーケティング戦略を立てることだ。有効な戦略により、精度の高い営業が可能になる。金融機関の営業活動を効率化できるデジタルマーケティングツールを提供する3社を紹介する。

顧客情報から商品推奨
顧客それぞれに合った
商品を提案し、金融機関
の成約率向上に貢献する
のはアレインパッド（東
京都）。同社はホームベ
ーシのアクセス履歴や顧
客データから最適な商材

を提案する「Reoas
ter」アルトースタ
ー」を提供している。
同サービスは、アンケ
ートやウェブログ、広告

のクリックで収集したデ
ータからメールや広告を
パーソナライズして配信
することで、満足度を向上さ
せることが特徴。得た情
報を統合し、顧客ごとに
するマーケティング・オ



収集したデータに基づいた戦略を立てることが、有効な面談や営業の効率化につながる

ートメーションツールや
分析ツールへ連携可能
だ。

すでに複数の金融機関
が導入しており、資産運
用の提案などで効果をあ
げる。ある地銀では、開
業履歴やお気に入り登録
した商品から顧客属性や
興味のあるような商品を
分析。ポップアップ広告
で、少額投資非課税度
(NISA) ページへ誘
導や、バナーの表示にも
変化を付けた。

顧客のニーズに合った
推進を実施した結果、ロ
グインページのページビ
ューが約3倍向上し、成
約率も上昇した。同社は
「顧客が興味・関心にあ

るデータを活用し、ダイ
エント」の提供を予定。
AIが見込み客のフォロ
ーやアポイントの取得と
いった、営業の前段階を
サポートし、ターゲット
を絞りやすくする。

AIが営業をサポート

研修で営業の初期から
ゴールまでの過程を可視
化するのがアグレックス
(東京都)。職員個々の
スキルを明確にすること
で、強みや弱み、商談で
とるべきアクションを分
かりやすくする「Sai

名刺情報から、AIエー
ジェントが顧客へ見積も
りや商談メールを自動送
信。メールへの返信内容
からAIが成約への確度
を判定し、アポイントの
確定まで代行する仕組
みを構築中だ。

AIエージェントとの
組み合わせで「営業先へ
正しいアプローチが可能
になる」(マーケティング
グチーム)としている。

◇

紹介したサービスの詳
細資料は、Q

Rコードから
ダウンロード
できます。

次回商談でのアクシ
ョンをAIが提案する。
また、SF Aと連動し、
AIで営業活動を効率化
する「自律型AIエーシ

紹介したサービスの詳
細資料は、Q
Rコードから
ダウンロード
できます。

データ集め営業効率化