

「お客様中心の業務運営方針」の 取組状況と成果指標（KPI）

株式会社カスタマーリレーションテレマーケティング
（2020年12月25日）

「お客様中心の業務運営方針」

株式会社カスタマーリレーションテレマーケティングは、
世界一、『ありがとう』が集まる企業へ。
という企業理念のもと、
『ありがとう』を集める宣言を策定し、
「お客様中心の業務運営方針」の
取り組み状況ならびに成果指標（K P I）を
以下に公表いたします。

「お客様中心の業務運営方針」

取組状況

成果指標（KPI）

「お客様中心の業務運営方針」

取組状況について、以下に公表いたします。

01

「お客様中心の業務運営方針」を一層推進するため、「『ありがとう』を集める宣言」を公表

02

お客様本位の保険商品の募集と適切な勧誘を実施する募集体制

03

最適な商品のご提案

04

お客様の声への取り組み

05

教育・研修・評価制度の強化

06

お客様に寄り添ったアフターフォロー

取組状況について

01. お客様中心の業務運営、「『ありがとう』を集める宣言」を公表

株式会社カスタマーリレーションテレマーケティングは、
お客様中心の業務運営を一層推進するため、
当社の企業理念を表した【「ありがとう」を集める宣言】を公表いたします。

(主な取り組み)

- 当社は、「世界一、「ありがとう」が集まる企業へ」を企業理念としており、従業員一人ひとりがお客様本位で行動していくため経営理念・勧誘方針・VISIONを社内で掲示し、お客様との取引を適切に把握・管理する体制を整備します。

取組状況について

02. お客様本位の保険商品の募集と適切な勧誘を実施する募集体制

株式会社カスタマーリレーションテレマーケティングは、
**お客様中心の保険商品のご提案と
適切な勧誘を実施する募集体制の構築**を目指します。

(主な取り組み)

- お客様のお仕事や生活の平穏を害する事のないよう、勧誘の時間帯には十分配慮いたします。
- お客様に対して常に節度ある態度で接し、威圧的な態度や乱暴な言動等をもって著しく困惑させるような行為は一切いたしません。
- 商品及び引受保険会社等についてお客様の誤解を招くことがないよう、明確に区別して取り扱います。
- お客様と直接対面しない勧誘・販売等（例えば通信販売等）を行う場合においては、説明方法等に工夫を凝らし、お客様にご理解いただけるよう努力します。
- 通信販売における音声通話ログの録音は、独立機関の専門モニタリング部署により分析。品質の向上と補正の実施を行います。

取組状況について

03. 最適な商品のご提案

株式会社カスタマーリレーションテレマーケティングは、
お客様のご意向に沿った商品のご提案を行います。

(主な取り組み)

- お客様の加入目的、収入・資産やご家族の構成等に照らして、最適な保障内容をご提案します。
- 会社の定める基準等に即した運営管理を徹底し、契約者間の公平性に配慮します。
- ご契約の内容及びご契約に関する重要事項については、「ご契約のしおり・約款」「重要事項説明書」等の書面の交付及び説明を行い、お客様が十分に理解された上でご契約いただくよう努めます。
また、「パンフレット」等の募集資料は、会社の規定に従った適切なものを使用します。

取組状況について

04. お客様の声への取り組み

株式会社カスタマーリレーションテレマーケティングは、
**お客様からの苦情及びご相談、お問い合わせを真摯に受け止め、
お客様の視点に立って迅速、誠実かつ公正な対応を行います。**

(主な取り組み)

- 当社は、お客様からの苦情及びご相談、お問い合わせを真摯に受け止め、お客様の視点に立って迅速、誠実かつ公正な対応を行うとともに、独立機関の専門モニタリング部署による調査・分析を行い業務運営の向上・改善へとつなげていきます。

取組状況について

05. 教育・研修・評価制度の強化

株式会社カスタマーリレーションマーケティングは、
**定期的に研修、勉強会等を行い、従業員一人ひとりがお客様に対して
十分な説明ができる体制の強化**を行います。

(主な取り組み)

- 定期的に商品内容、お客様に対して説明すべき事項、説明に際して考慮すべき事項及び説明方法等についての研修、勉強会等を行い、従業員一人ひとりがお客様に対して十分な説明ができる体制の強化に努めます。
- 外貨建ての保険・変額年金保険等、リスク性商品を販売する場合には、お客様の加入目的や投資経験・年齢・知識・財産・収入の状況等に十分留意し、お客様のニーズに合致した商品をご提案するよう努めます。
- 従業員の評価制度において、報酬は固定給と販売報酬を明確に分離、人事制度において昇格・昇給は募集品質などのコンプライアンス項目を査定に組み込んでまいります。

取組状況について

06. お客様に寄り添ったアフターフォロー

株式会社カスタマーリレーションテレマーケティングは、
1人1人のお客様に寄り添ったアフターフォローを実施いたします。

(主な取り組み)

- ご契約後も定期的に、お電話やご訪問にて契約照会・給付金請求・登録変更・お支払のご相談などの保全業務を実施いたします。
- 全国から多くのお客様からお申込みいただき、ご契約内容の確認やご請求漏れの可能性のある給付金・保険金のご案内並びに契約保全を目的として、お客様一人一人のご事情に合わせて、フォローコールを行っております。
- 口座振替契約のお客様を対象に、引落日に引落されず保険契約が無効状態になってしまう「失効」を未然に防ぐため、フォローコールを行っております。

「お客様中心の業務運営方針」

取り組み状況

成果指標（KPI）

「お客様中心の業務運営方針」

成果指標（KPI）について、以下に公表いたします。

「お客様の声」の発生件数

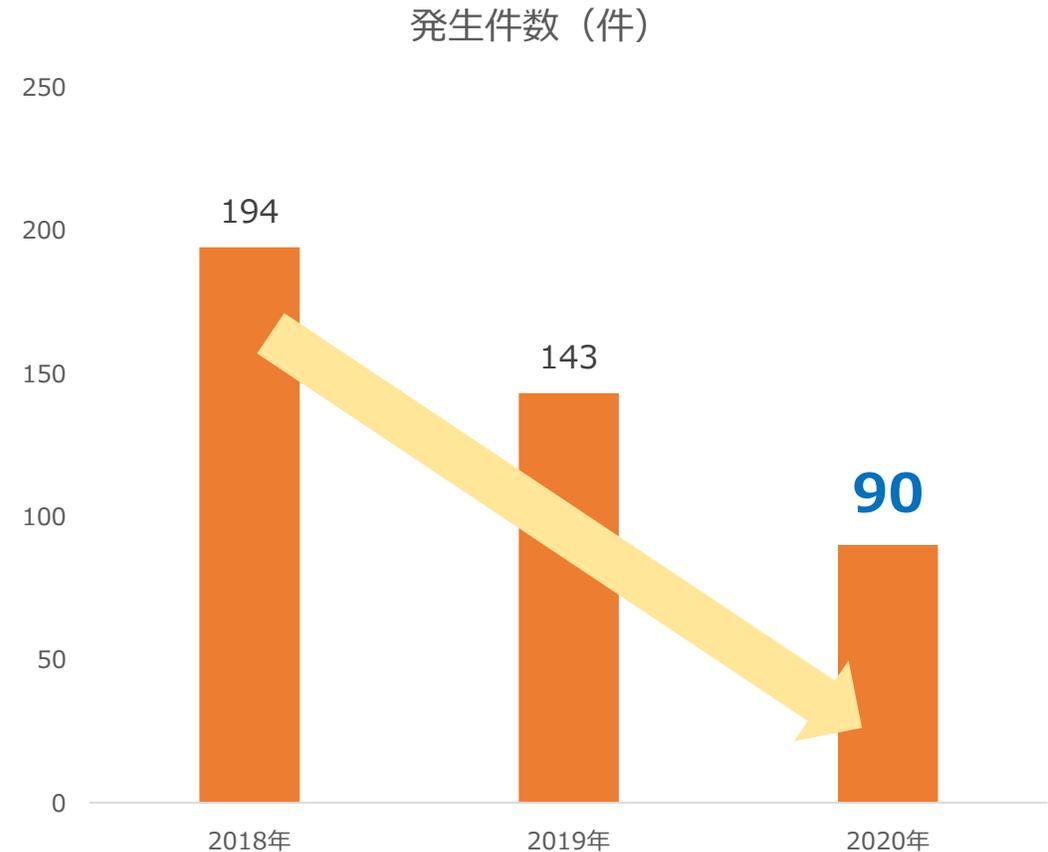


WEBでの商談実績

成果指標（KPI）について

01. 「お客様の声」の発生件数（苦情・苦言等）

お客様の声（苦情・苦言等）は年々減少傾向にあり、発生した案件に対して、1人1人の募集人と面談を行い発生原因を追究し、改善および再発防止に向けて指導を行っております。社内リスクコンプライアンス部ならびに経営会議での報告、専門部署において、ランダムでのモニタリングを実施しております。

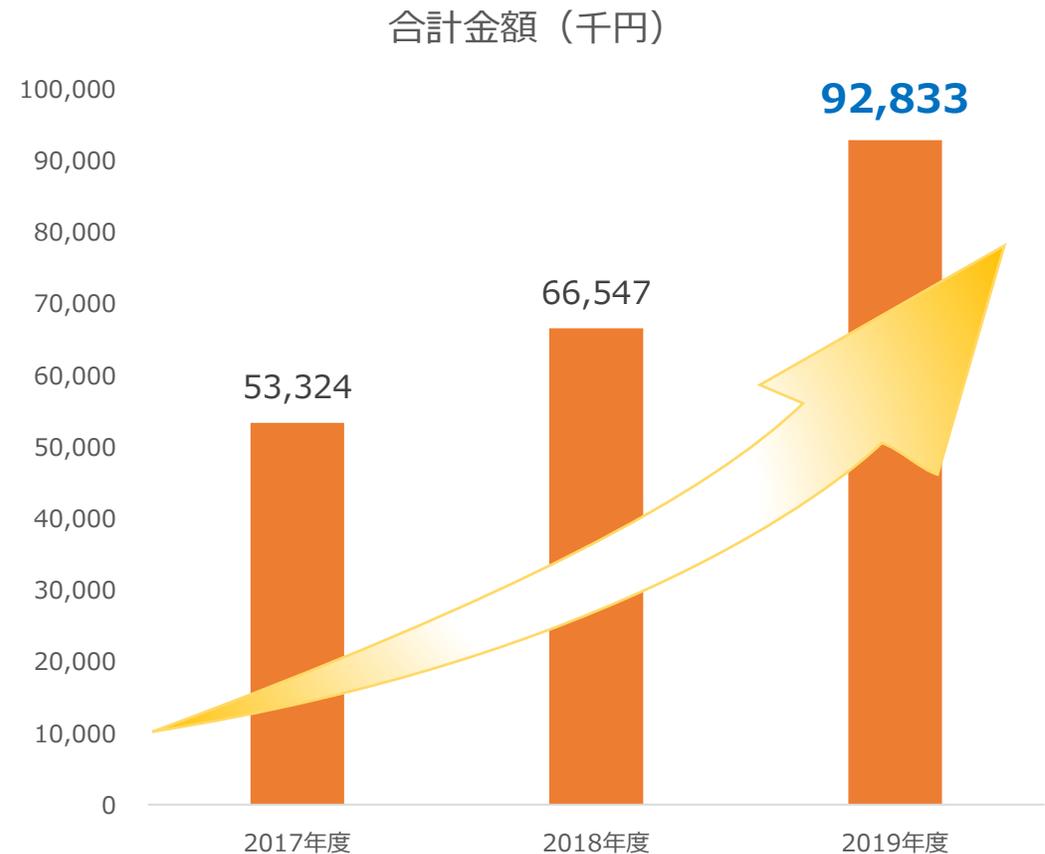


成果指標（KPI）について

02. 給付実績



ご契約後も定期的に、お電話やご訪問にて契約照会・給付金請求・登録変更・お支払のご相談などの保全業務を実施しております。お客様に寄り添ったアフタフォローを行い、お客様にご安心いただき、年々給付実績も増加しております。



成果指標（KPI）について

03. WEBでの商談実績



昨今の環境変化に伴い、“WEB面談”が増えつつあります。直接訪問担当者がご自宅等にお伺いする“対面募集（訪問営業）”から、お客様のご自宅からお気軽
にスマートフォンやパソコン等でご提案から保険申込までオンラインで完結した“非対面募集（WEB面談）”が増えつつあります。お電話での非対面申込みをすることに、ご不安をお持ちの方もご安心いただけるシステムを運営しております。店舗に足を運ばず、お客様の貴重なお時間を大切に、そしてより一層ご満足いただけるよう全体の10%以上の契約率を“非対面募集（WEB面談）”にて目指してまいります。