



苦情 Case Study 2025年度 第4号

今回は、「苦情事例から学ぶ、フォローの大切さ」について研究しました。
実際にお客さまよりいただいた「コエ」も紹介していますので、内容をご確認いただき、お客様へのアフターフォロー強化につなげましょう。

アフターフォローの重要性と信頼構築

お客様の“信頼”は、アフターフォローから生まれる

■ ライフステージの変化対応

結婚や出産などの生活変化に合わせ、必要なタイミングで声をかけることで、お客様との信頼関係が深まります。

■ 信頼関係の構築

定期的な連絡と情報提供でお客様の不安を和らげ、安心感を提供します。

■ 不安解消と安心提供

契約後の不安や疑問を解決し、お客様に安心感をもたらします。

■ 募集人の価値向上

契約後のアフターフォローが募集人の価値を高め、長期的な関係を築きます。



苦情事例から学ぶアフターフォローの必要性

Case

担当者変更時の挨拶・引継がない、アフターフォローがない

申出内容

「担当者が変わったが、新担当者からの挨拶や連絡がなかった」
「誰に連絡すればよいのか分からないので、とりあえずカスタマーセンターへ連絡した」
「対面で説明してほしいが、今の担当が誰か分らない」
「前任者はよくしてくれたが、現在の担当者はなにもしてくれない」
「担当者が退職（移籍）していることを知らなかった」

改善ポイント

- ・担当者変更時は、旧担当者による挨拶状や電話・メール等による丁寧な引継ぎ、新担当者による対面・電話・メール等による挨拶を行うこと
- ・1年に1回以上は対面（遠方の場合はオンライン面談）、電話等でお客様と接点をもつこと
- ・移管受契約の多い代理店については、組織としてアフターフォローを行い、フォローワーク体制の整備を行うこと
- ・MYひまわりを情宣し、担当者への連絡+アプリで契約内容の確認、手続きができるることを周知すること



担当者変更時の迅速な連絡を心がけ、正確な引継ぎを行いましょう。担当者が変わっても連絡が途絶えず、いつでも安心して相談できる環境を提供することが大切です。

ま と め

アフターフォローを怠ると…

➤ 多種目販売の機会の損失

日頃からアフターフォローを行っていない場合、顧客のライフィベントに気づかず、最適なタイミングで情報提供する機会を逃してしまいます。

➤ お客さま満足度の低下

契約後に連絡が途絶えると、お客さまは「放置されている」と感じ、不信感を抱き、他社への乗り換えや解約リスクが高まります。当社では、苦情をお申し出いただいたお客さまのうち、約25%が30日以内に解約されています。

➤ 苦情の増加

「担当者が誰かわからない」「連絡が取れない」という不満が苦情につながります。 「この代理店は対応が悪い」と感じ、クチコミや紹介が減少し、長期的に顧客基盤が弱体化してしまいます。

信頼される募集人には“共通点”がある

「なぜ、あの人はいつも紹介が多いのか？」

「なぜ、お客さまから“またお願いしたい”と言われるのか？」

その答えは、“アフターフォロー”にあります！

① 定期的に連絡を取っている

「年に2回は必ずお客さまに連絡。誕生日などには必ずメッセージを送る。」

② お客さまの変化に敏感

「子供の進学や転職など、ライフィベントを見逃さず、その都度、保障の見直しを提案できるように心がけている。」

③ “売る”より“寄り添う”を大切にしている

「保険の話だけでなく、日常のちょっとした会話も大切にしており、それが信頼につながると実感している。」



行動提案

既契約者リストの見直し	フォローが途絶えている契約者を把握し、信頼回復の第一歩を踏み出す
担当変更時の挨拶	担当者変更による不安や不信感を防ぎ、スムーズな引継ぎを行う (担当変更が決まったら、速やかに挨拶)
“いざという時”に頼られる準備	保険金請求や入院など、緊急時にスムーズな対応ができる体制を整える (定期フォロー時に「もしもの時は、すぐにご連絡ください」と一言添える)