

・顧客リスト分析用プロンプト

以下は、氏名や住所を削除し、顧客番号で管理したサンプル顧客リストです。

目的は、保険商品の推奨や契約可能性の判定ではありません。

既存顧客への情報提供や、接触のきっかけを整理することです。

このリストをもとに、以下の観点で顧客を分類してください。

1. 住宅ローンや家計の情報提供が合いそうな顧客
2. 教育費や子育て世帯向け情報が合いそうな顧客
3. 相続や老後資金の情報提供が合いそうな顧客
4. しばらく接触が空いている顧客
5. セミナー案内を送りやすい顧客
6. 公式 LINE 登録を案内しやすい顧客

出力は、以下の形式で整理してください。

分類名：

該当する顧客番号：

分類した理由：

最初に送るとよさそうな話題：

送る方法の候補：

最初の接触文の方向性：

注意点：

注意事項：

特定の保険商品を推奨しないでください。

契約につながる可能性を断定しないでください。

不安をあおる表現は避けてください。

医療、税務、法律判断はしないでください。

あくまで、接触のきっかけと情報提供テーマを整理する目的で分析してください。

・分析後のコンタクト文章作成プロンプト

先ほど分類した顧客グループごとに、最初を送る短い接触文を作成してください。

対象は既存のお客様です。

売り込み感を出さず、情報提供や近況確認として自然に読める文章にしてください。

特定の保険商品は推奨しないでください。

不安をあおらず、必要があれば相談できるという程度の自然な導線にしてください。

以下の分類ごとに作成してください。

1. 住宅ローンや家計の情報提供が合いそうな顧客向け
2. 教育費や子育て世帯向け情報が合いそうな顧客向け
3. 相続や老後資金の情報提供が合いそうな顧客向け
4. しばらく接触が空いている顧客向け
5. セミナー案内を送りやすい顧客向け
6. 公式 LINE 登録を案内しやすい顧客向け

出力形式は以下にしてください。

分類名：

想定する顧客番号：

送る話題：

LINE 向け短文：

メール向け文面：

ハガキ向け一言：

注意点：