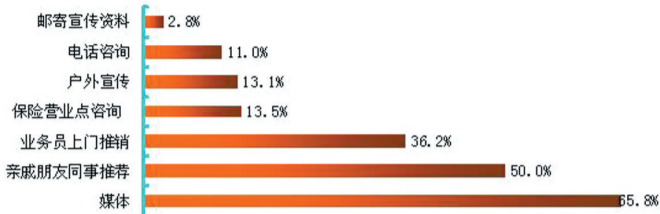


行业建议

保险的宣传应做到位

很多保户都认为买了保险之后,并不清楚保险的内容,这一方面与业务员的素质有关,另一方面也与保险的宣传有关。因此,有部分保户认为,保险行业首先应该改掉华而不实的宣传;其次应加大宣传力度,让市民清清楚楚地了解保险,这样想买的人自然就会去买。

市民对保险认知多样化

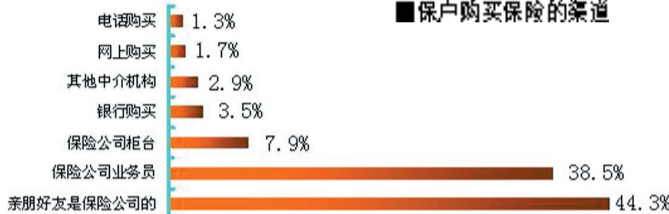


媒体是主要了解渠道

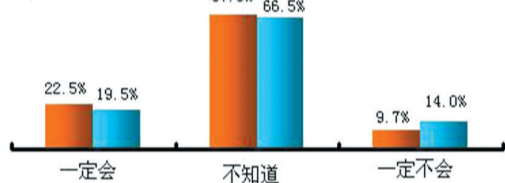
调查显示,市民主要是通过各种媒体、亲朋好友的介绍、业务员的推销三种方式了解和认知保险公司。其中,有65.8%的保户通过媒体了解保险;50.0%的保户通过亲戚朋友同事推荐了解保险;36.2%的保户通过业务员上门推销了解保险;只有2.8%的保户是通过邮寄资料了解保险的。保险公司要想让更多的市民了解保险,还应加强与媒体联合的宣传力度。

亲朋推荐是销售主渠道

调查结果显示:通过亲朋好友介绍和通过保险公司业务员这两种途径购买保险的人数最多,分别占受访保户的44.3%和38.5%,而通过保险公司的柜台、银行、其他中介机构、网上和电话购买的只占受访客户的17.3%。为了使保险业更好更快地发展,保险公司应考虑改变目前这种单一的推销保险产品的方式,平衡多种渠道来销售保险产品。



保户的忠诚度分析



保险客户忠诚度待提高

本次调查,选择了“保户再次选择该保险公司的可能性”和“向他人推荐该保险公司的可能性”两个指标反映保户对所属保险公司的忠诚度。对于“保户再次选择该保险公司的可能性”这一指标,22.5%的受访保户认为一定会再次选择该保险公司;对于“向他人推荐该保险公司的可能性”这一指标,19.5%的受访保户认为一定会向别人推荐该保险公司,从以上两指标的调查结果可知,保户对所属保险公司的忠诚度不是很高。



你的快乐 我的承诺

2009平安人寿客户服务节活动快乐启动



中国平安 PINGAN

2009中国平安客服节,一个属于您与平安的节日,一个您与家人的欢乐海洋,诚邀您的参与!

活动时间: 2009年5月-8月

活动内容:

开幕式: 精彩内容环环相扣,异彩纷呈;

社区活动: 电影晚会精彩呈献;

专家巡讲: 特邀各行业专家为您倾情讲演各路资讯;

中国少儿平安行动: 少儿才艺大赛、安全知识竞赛让小朋友大显身手

闭幕式: 平安夏令营邀你畅游祖国大好河山

活动详情欢迎致电平安寿险全国统一客户服务热线 95511

保险·银行·投资