

吕方 逆向而动谋发展

高端对话



与吕方相约时,恒安标准人寿河南分公司正在举办第一届客户服务节。不过,与其他各家保险公司的客户服务节有所不同的是,恒安标准所倡导的客户服务节更加强调的是让客户参与到公司中来的“体验”活动。

作为进驻河南的第二家外资寿险公司,恒安标准人寿从成立之日起就一直在实践着独特的经营和服务战略。作为恒安标准人寿河南分公司的总经理,吕方则是这一系列独特经营和服务战略的引领者。

“河南保险市场上,内资保险公司较多,外资保险公司较少,因此经营同质化现象比较严重,服务差异化不明显。恒安标准人寿希望能够将外资保险公司先进的经营理念带进河南,以实现与中原保险业的共同成长。”

晚报记者 来从严

记者:从2009年10月1日起,新的《保险法》将要实施,这对保险行业今后的发展有什么样的影响呢?

吕方:这次新《保险法》的修订,是为了促进保险业更好地发展,保护被保险人的利益,同时也是为了减少保险活动中的纠纷,维护市场秩序。新《保险法》在保护被保险人利益、保险公司及代理人规范、保险资金运用等方面,都有了更加完善的规定。保险作为服务行业,最重要的就是关注客户的需求,新《保险法》更加重视保险客户的利益,更加强调了维护投保人和被保险人的权益,这对于今后保险行业的发展肯定是有利的。因为一个健康、有序、规范发展的保险市场,也更有利于作为市场主体的保险公司发展和成长。

记者:恒安标准人寿进入河南市场已经1年时间了。在网点布局、特别是二线城市设立网点方面有什么样的规划呢?

吕方:恒安标准人寿作为一家合资寿险公司,遵循的是英国标准人寿的稳健经营理念。近几年来,进驻河南的保险机构数量不断增多,在这样的激烈竞争背景下,恒安标准仍将遵循稳步发展的规划,并逐步实现布局全省的计划。但在网点铺设上,恒安标准不会像内资保险公司一样,迅速做到“遍地开花”。恒安标准对网点开设没有数量上的硬性规定,而是根据当地保险市场发展状况,并进行充分全面调研的基础上,再决定是否铺设网点。

记者:恒安标准人寿作为进驻河南的第二家外资寿险公司,究竟能够给中原地区的居民提供什么样的独特服务呢?

吕方:近几年河南保险业飞速发展,不断有新的保险公司进入河南市场。这给河南保险业带来巨大机遇的同时,也使河南保险业面临转型。单纯地推销保单,已经不能满足客户的需求,更无法从专业化的角度为客户量身打造个性化的保障计划。恒安标准从一开始,就旨在为客户提供专业的、个性化的服务。因此,我们的品牌定位就是:富于创新和值得信赖的寿险与财务规划专家。我们的公司愿景就是:让中国每个拥有梦想的家庭体验到恒安标准人寿专业化的寿险和财务规划服务。



追求内涵式增长

自2006年以来,伴随着越来越多的保险机构纷纷“抢滩”中原,河南保险业取得了十分迅速的发展,但同时也引发了保险行业的激烈竞争。

“在这样充满激烈竞争的保险市场上,中原各家保险机构都无一例外地进行战略转型——实现由传统的外延粗放式增长方式向内涵集约型增长方式的战略转变,这是中原保险行业发展的必由之路。”吕方如是表示。

“在保险主体不断增加的大环境下,国内保险业以‘人海战术’为代表的传统的粗放型经营模式遇到了很大考验,追求‘短、平、快’,期望短期内迅速做大规模的发展思路同样遭遇严峻挑战,保险公司需要转变经营理念。”吕方如是表示。

记者获悉,恒安标准人寿的保险营销员工,不是像过去那样单纯地推销产品,而是要根据客户家庭状况、经济条件、保险需求实际情况,为客户量身定制保险产品的组合套餐。此外,恒安标准人寿长期以来提倡关注保险对家

庭整体财务规划的帮助,而不仅仅是简单的推销产品。“我们并不认为客户只要购买了某种产品就可以高枕无忧,随着客户年龄、家庭情况和财务状态的变化,相应的保险计划也应该及时作出调整。”

有人把保险比喻成一把“保护伞”,如果运用正确,可以为个人和家庭的重大生活目标提供安全的财务保障,为家庭的未来撑起一片幸福的天空。正是在这一理念的引领下,恒安标准人寿持续对客户进行追踪,并及时匹配变化中的客户需求。“我们建议,如同定期进行身体健康检查一样,定期检视保单的内容,适时调整保单或购买第二张甚至第三张保单,也应该成为消费者理财的必修课。”吕方说。

因此,此次体验月期间,恒安标准人寿河南分公司还将特别开展“保单检视”行动,对客户进行回访,帮助客户检视保单,协助客户发现目前家庭财务和保障的缺口,及时重新评估、调整保单,为客户提供更加全面、科学的财务规划服务,使其保单发挥最有效的作用和价值。

坚持特色之路

作为进驻中原地区的第二家外资寿险公司,恒安标准人寿从开业那一刻开始,就不断坚持自己的特色发展道路。“作为一家英资背景的合资寿险公司,恒安标准人寿一直在尝试给河南的保险市场带来一些不同的东西,我们一直在用崭新的保险理念来开拓中原市场。”吕方表示。

吕方告诉记者说,恒安标准人寿自成立之日起,在国内首推“职员制”的营销模式,建立了一支高素质的销售队伍。“职员制”是一套吸引、发掘、培养、留存专业销售人才的系统,其目标是培养职业理财规划师。他们专业、高素质、高产能,真正贯彻“以客户需求为导向”的经营理念,能够为客户提供有价值 and 值得信赖的服务。

此外,记者获悉,恒安标准人寿的产品开发以客户需求为导向,传承标准人寿传统的强大精算实力,运用国际上先进的风险管理和投资运营技术,并结合对中国市场的深入理解,为中国消费者打造物有所值、量身定做的保险产品。

从销售型向顾问型转变,对人才自身素质的需求自然就比较。河南保险行业这几年发展过快,导致优秀的保险人才缺乏,因此河南分公司十分重视人才培养。”吕方介绍说,恒安标准人寿非常重视借鉴英国标准人寿丰富的培训经验,由英国标准人寿资深培训专家亲自开发教学资料,保证以客户需求为导向的专业理念得到良好贯彻。

“恒安标准人寿培训的目标是塑造符合财务规划职业定位的专业人才,因此非常注重培训的全面性和长期性,除了介绍公司的产品及其功能之外,还设有有关投资理财知识以及宏观经济形势和政策方面的课程,循序渐进地提高理财顾问的知识和技能。”

“我们希望恒安标准能够为客户提供细致无忧的服务。”谈及公司服务的愿景,吕方表示,每一张保单的签订都被视为一种长久关系的建立,无论10年、20年还是更长的时间,公司都将珍视与每一位客户的合作,并把客户的需要作为思考问题的核心。

独特服务战略

作为一家外资保险公司,恒安标准人寿最为人所关注的自然是他的服务。而吕方在服务方面有着独特的认知。“目前的保险市场,各家保险公司在进行经营时,应当尽快实现由‘产品导向’向‘需求导向’的转变。”吕方强调说。

所谓以产品为导向,就是保险公司有什么样的产品,销售人员就将这款产品向所有的人进行推销。“这样的结果就是各家保险公司之间没有自己的特色,缺乏核心竞争力,也不利于保险行业整体向前发展。”

而“需求导向”则是保险业务人员要根据客户的家庭收入状况、资产配置状况、对保险的实际需要等情况,进行综合考虑后推荐合适的保险产品,以真正满足客户对保险的需求。

积极践行“客户有什么样的需求,公司尝试去提供”,而非传统的“公司有什么样的产品,卖给客户。”正是这种逆向的思维,带来了恒安标准人寿巨大的发展空间。

要真正做到以需求为导向,最重要的是建立与客户的充分信任关系。但在目前的保险环境下,要建立保险业务人员与客户之间的充分信任关系,显然是需要一个长期的过程的。

恒安标准客户体验月举办期间,正好赶上新保险法即将实施,因此在体验月期间,恒安标准人寿将通过系列的体验式传播活动,使保险为更多的家庭所了解、所接受,为中原地区居民实现生活愿景提供坚实的保障。

吕方介绍说,作为公益项目,恒安标准人寿2009年度客户体验月活动的主题为“更多了解,更多信心”,聚焦即将实施的新保险法,通过加强与消费者的沟通,推动消费者对保险功能、保险行业、保险公司的深入了解,从而更有信心的运用科学理性的保险财务规划为个人和家庭成长撑起一把“保护伞”。

“因此,我们本次客户服务节的主题就是客户体验。我们会邀请客户,全程参与到公司运营的各个环节中来,让客户真正地看到,恒安标准是在为满足客户需求而努力。通过这一系列的活动,逐步建立与客户的信任关系。”吕方强调说。