

保险快讯

**嘉禾人寿
开展保险维权宣传**

3月15日,嘉禾人寿河南分公司围绕“消费与安全”主题,在公司所在的郑州、新乡、平顶山、漯河等地开展“保险维权知识”服务宣传活动。除了广场宣传,3月15日也是嘉禾人寿的“总经理接待日”。活动当天,分公司和各中心支公司总经理室成员及相关部门负责人亲临接待点,与消费者零距离交流,接受消费者对产品和服务的监督,积极引导保险消费者科学合理消费,树立嘉禾人寿诚信、健康的企业形象。

嘉禾人寿成立伊始,就把打造“最受客户信赖的保险公司”作为公司愿景,确立了“以服务树品牌”的经营战略,让消费者投保前有信心、投保后能放心、理赔时能安心,让河南人民真切感受到了嘉禾人的诚信和责任。 倪子

**恒安标准人寿
启动“诚在心 信于行”**

2012年3月,恒安标准人寿保险有限公司开展“诚在心 信于行”主题活动。活动以落实公司“诚信 稳健 创新”的价值观,弘扬诚信服务文化,树立诚信服务品牌为目标,通过一系列丰富多彩的活动,进一步提升客户满意度和忠诚度,树立恒安标准人寿的服务品牌。恒安标准人寿此次“诚在心 信于行”活动包括“诚信我知道客户服务理念宣导活动、诚信我保证销售人员签名活动、诚信我承诺客户服务承诺活动、诚信我参与客户大拜访活动、诚信我践行年度诚信销售服务明星评选活动”等内容,旨在让客户真切地感受到公司的诚信经营理念。 闪兰凯

中国平安推行 MIT 移动展业模式 实现保单实时投保生效

专业,让生活更简单

如何让客户在快节奏的现代生活中更省时、省力、省心?如何让客户财富管理更顺心、更方便?已经跻身全球最具价值品牌100强的中国平安,将这一服务理念奉为新的品牌口号——“专业,让生活更简单”。

简单专业,服务更有品质

“专业”体现了平安在中国金融市场的实力和地位;平安是中国唯一一家拿到全金融牌照的金融公司,拥有完整的综合金融产品线、高科技化的运营平台和国际化的管理团队;随着综合金融的发展,平安的客户经理也日益成为金融领域的佼佼者,他们不仅是客户的保险专家,更是金融顾问。

“让生活更简单”则是中国平安综合金融给客户的直观感受。在平安的“金融超市”里各种金融产品应有尽有,并且提供一站式服务,可以说平安以专业为桥梁,带给客户简洁、方便、快捷的金融消费体验,最终带给客户富有价值的财富生活。

除了平安车险服务承诺持续升级让客户直观感受到金融服务的便捷,中国平安还积极运用科

技力量与客户的实际需求相结合,让客户体会到金融消费体验的真谛——简单专业,同时,这种及时高效的体验也让客户切身体会到平安高标准的服务品质——主动为客户着想。

综合金融,专业优势更凸显

2010年,平安人寿推出 MIT 移动展业模式,实现多种金融产品一站式购买,保单实时投保生效等领先业界的功能,为客户带来了看得见的综合金融服务。

“以前客户投保要签字确认很多次,并且拿到正式保单需要5天时间。通过 MIT 投保的话,只需客户签字确认一次就可以当场刷卡支付,并且保单即时生效,非常方便。”一位平安寿险客户经理说道。

最近,平安通过 MIT 快速赔付了一位天津客户 26 万元的理赔金。该客户先是通过平安寿险移动展业平台(MIT)投保,然而承保后不到 24 小时,该客户不幸触电身亡。因为纸质保单尚未拿到,客户家属担心保险无效。没想到报案后,平安寿险理赔人员表示通过 MIT 购买的保险已即时生效,在第一时间安排调查人员慰问客户、了解情况,最终作出赔偿决定。

对中国平安的客户来说,用科技武装起来的综合金融不仅更加专业、更具价值,同样也是生活中不可或缺的一部分。中国平安综合金融专业优势的凸显——现代化的“金融工厂”不仅令同业难以企及,也给客户带来了前所未有的消费体验。

记者 倪子

车险手机报价 有车一族变身时尚达人

很多车主投保车险前都会对车险价格做一番了解。平安最新推出的车险手机报价软件,可将车主们的有车生活变得更加轻松时尚。只要将平安车险 iPhone 客户端下载到自己的苹果手机中,就可以随时随地查询车险报价。

最近,车主小鹏正在为车险续保的事发愁。眼看车险快过期了,他还找不到合适的保险公司,“这次,我想在投保之前对车险的价格有个大致了解,不要像上次一样,什么都不懂就交给代理机构全权代办,结果多花了很多钱。”由于工作繁忙,他一直抽不出时间去保险公司询价,此事也一直拖着。

朋友听说这件事后,赶紧向小鹏推荐平安车

险手机报价软件。朋友介绍说,这款软件是平安保险独家推出的车险报价、投保、服务一站式 iPhone 客户端软件,所有 iPhone 手机用户都可以将这款软件免费下载到自己的手机中。

听完朋友的介绍,小鹏非常好奇。掏出 iPhone 手机立刻下载了这款平安车险手机报价软件。试用时,小鹏发现这款软件设计得非常人性化,使用起来极其方便,比如,支持语音输入,大大简化繁琐的键盘输入;提供多种车险套餐对比,可以帮助用户挑选出最具性价比,最合适的车险套餐组合;车主可以直接通过手机在线付款,为爱车投保。体验过平安车险 iPhone 客户端以上种种便



捷功能之后,小鹏欣喜不已。他说:“有了这款软件,以后为爱车投保、查询保单情况等都不再是问题了,随时随地可以操作。”

现在,小鹏发现不光是他在使用平安车险手机报价软件,身边不少同事和朋友也都已经将该软件下载到自己的 iPhone 手机中了。他不禁暗自惊喜:“幸亏自己发现得早,不然要被嘲笑 out 了。有了这款软件,不仅使查询车险报价变得格外方便,自己也摇身一变成了时尚达人。” 记者 倪子

**中原证券“让市场回归理性”投资者保护活动全面展开
保护投资者就是最好的服务**

多方联动做好教育活动

“做好客户服务是首要任务。”中原证券表示,在日常工作中,他们紧紧围绕提高客户服务质量,形成投资者保护教育长效机制,严格以“对投资者最好的服务就是对投资者最大的保护”为指南,通过“服务思想要及时转变、服务理念要转变、服务方式要转变”这3个转变,从根源上提高客户服务质量。

几年来,中原证券客户服务总部设立投资者教育专岗,具体负责牵头组织落实公司的投资者教育工作,建立了“总部——营业部”

两级投资者教育工作体系,进一步夯实了投资者教育工作的基础。

在整合资源、丰富投资者教育产品工作方面,通过整合公司各业务产品折页、手册、海报、展板及视频等教育资源,配合管理层提供的教育素材,形成自身的投资者教育系列产品库。通过资源整合与产品创新,应用通俗易懂、疏密有度、图文并茂、亲和互动的有形展示,将投资者教育融入开户、营销、服务等环节,充实和完善了公司投资者教育产品库。

产品创新服务不断升级

中原证券整体推出的客户服务品牌形象,为不同层次的客户提供了标准化产品及服务内容。例如,统一使用“财富中原”作为公司证券经纪业务服务品牌,旗下的“中原快车”、“中原宝典”和“中原管家”将会给广大投资者不一样的服务升级和服务体验。

随着客户需求扩大,服务资源和业务发展的

需要,中原证券在不断充实服务品牌内涵,提升品牌内在品质,加强“内功”修炼,把服务品质做精、做细。通过各服务渠道、各服务产品的服务规范、服务流程、操作规程、工作指引的建立,不断发掘客户需求、调整服务内容、提升服务品质,使“财富中原”服务品牌具备更长久的生命力。

在落实适当性管理方面,中原证券已经做

好准备。他们表示,有信心在管理和品牌建设方面做出新成绩。如中原证券正在建设 CRM 项目(客户集中管理平台),即将建成并投入使用,该平台上线后,客户分类分级管理功能会更加丰富强大,按照了解自己的客户,开展适当性管理和服务的原则,建立完整的分类分级客户档案资料,差异化做好分类教育工作。

实战练兵提高业务素质

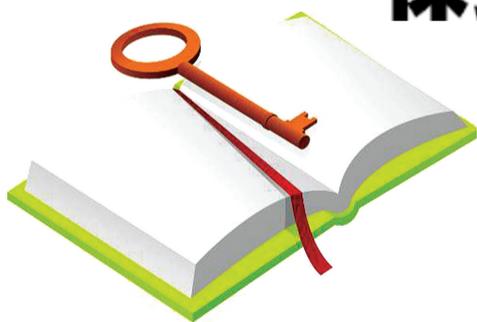
“打造专业能力强的人才队伍是投资者教育持续保持旺盛生命力的关键。”中原证券负责人表示,中原证券一方面通过对总部与各分支机构一线队伍的持续培训,提升公司整体投资者教育工作的合规性与专业性;另一方面通过营业部分散组训、总部集中培训的方式,不

断提高员工专业素质。

同时,持续进行实战练兵,激发员工工作热情,通过参与交易所、协会和保护基金公司开展各项活动,涌现出一批业务标兵,同时也为公司获得了许多荣誉,如上交所的投资者教育创新奖、优秀调查营业部等,营造了赶比先

进的技能比拼氛围,业务人员素质得到了整体提升,为今后公司投资者教育工作的进一步加强奠定了基础。

目前,中原证券正在开展投资者保护宣传活动。他们以品牌建设为抓手,提升投资者教育和水平,全心全意为投资者服务。



投资者需要培育,成熟理性的投资人更需要市场的历练。如今,投资者已经走过理财的初级阶段,知道买股票、买基金、买债券、买保险等都是理财的方式。然而,大众投资者还倾向于收益率盲目追求,缺乏对风险的识别和控制。

日前,中原证券全面展开“让市场回归理性”投资者保护活动。他们将以“对投资者最好的服务就是对投资者最大的保护”为指南,通过3个转变,从根源上提高客户服务质量。

记者 倪子 蔡媛媛