

有新意,更有心意

中国人寿寿险公司启动第十六届客户节

保险是金融服务型行业。进入到5月份以来,精彩纷呈的客户节活动拉开帷幕,众多险企竞相打造特色化客户服务活动,倾力回馈广泛客群。客户节内容不断推陈出新,逐渐成为保险机构展示公司品牌、推行增值服务、提升客户满意度的有效载体。如今,提供优质的保险服务是保险公司市场战略的重要组成部分已成为行业共识,而体现各自服务特色的客户节,就成了彰显“以人民为中心”和“以客户为中心”经营发展理念的实践能力和实践成效的重要体现。

每年此时,中国人寿亿万客户和广大员工都会迎来一年一度的温暖约定——国寿客户节。这是中国人寿践行金融央企回馈客户、感恩社会的一个“特殊节日”,也是中国人寿服务转型升级成效的一次集中展示。5月16日,第十六届“国寿616客户节”正式启动,并将持续至7月初。此次客户节以“牵手国寿 心向未来”为主题,打造涵盖共同富裕、多层次社会保障体系建设、乡村振兴、服务实体经济、绿色发展、社会治理现代化、其他创新产品等七大主题的产品矩阵,致力于通过持续升级的综合金融产品服务,与客户携手,心向美好未来。

虽然各家保险公司客户节的内容特色不一,但为客户提供更便捷、更有品质的保险服务和对客户健康生活的关注,几乎是所有险企客户节共同关注的重点。作为寿险行业头部企业,中国人寿保险股份有限公司更是聚焦关爱客户健康主题,积极创新活动形式,搭建了“活力乐园”线上活动专区,通过打造趣味性和互动性强的活动场景,发力线上平台和线下活动,满足客户多元化金融保险消费和服务需求,回馈亿万客户。

正观新闻·郑州晚报记者 谢宽 张俊 通讯员 刘富安 王清



专属健康礼包回馈客户

关爱客户健康,中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿寿险公司”)将在“6·16”国寿客户节前夕将面向广大客户推出客户节专属“健康权益大礼包”回馈活动,回馈权益包括日常不适咨询、院前急救保障、急症就诊援助、出院协助安排等常用服务,为客户提供多维度的健康保障。

“6·16”国寿客户节当天,中国人寿寿险公司为高端交

叉星级客户提供“超白金大礼包”,包括三项权益:一是就医无忧,为客户提供日常不适咨询、急症就诊援助及就医全程陪诊、同城转运等服务;二是精准检测,提供男性专属、女性专属及男女通用定制化健康检测服务,操作便捷,可快速进行常见疾病的早期筛查检测;三是安全防护,在常态化防疫的大环境下,提供新冠抗原自测盒、家庭防疫包。

线上线下活动缤纷多彩

客户节期间,中国人寿寿险公司搭建“活力乐园”主活动专区,设置十大活力站点、五款运动健康主题游戏,通过玩游戏、做任务的形式获取惊喜好礼,营造沉浸式服务体验。6月16日“爆点日”当天还将推出全民狂欢“活力夺宝”和“集五虎”互动活动。“活力乐园”由卡通形象“e小宝”在线导览,一路用心陪伴客户,为客户创造活力满满的精彩生活。

除了缤纷多彩的线上活动,中国人寿寿险公司还将设置线下客户节专属打卡活动专

区,并融合“悦己生活”“小画家”“700健行”等多元主题,发挥网点和队伍两大核心优势,充分利用相关品牌合作资源,创新开展各类客户回馈活动。

互动式健康服务+产品展示

以客户节为契机,中国人寿寿险公司将从客户的视角,展示为客户倾力打造的有情感、有温度、丰富多元化的高品质服务和产品。设计场景式的宣介方式,例如在“活力乐园”以每日任务、活力看板的方式,让客户在有趣的互动中了解相关服务和产品的内容与资讯。

“6·16”国寿客户节历经16年的积累,已逐渐成为一项特色服务品牌。未来,中国人寿寿险公司将坚守初心与使命,坚持“以人民为中心”,继续打造多样化、差异化、个性化的客户服务,持续满足广大客户多元化金融保险服务需求,履行服务社会民生的职责使命,用爱心、诚心、贴心、细心来赢得客户舒心、放心、开心和安心,与客户携手共向美好未来。

用心拉近距离,让未来触手可及

2022年国寿“616”客户节,打造康养、财富、普惠、出行四大体验场景

产品丰富选择多,活动精彩趣味足,诚邀您参与!



—— 保 险 · 投 资 · 银 行 ——