

# 保障先行 服务助力 保险护航生活

项俊波主席指出,保险让生活更美好,是保险业奋斗目标的具体体现。保险业的发展目标和价值追求就是要让保险走进千家万户,用保险为人民编织一个市场化的安全网,做到无人不保险、无物不保险、无事不保险,让人民群众的生活更美好。

长城人寿山东分公司党委书记、总经理 张刚

## 分散风险 护航未来

在现代社会,保险已成为市场经济的一种基本制度安排,是市场经济成熟度的重要标准。简言之,保险就是一人为众、众为一人的社会风险分担补偿行为,是市场化的风险分散机制和社会互助机制。

在这个过程中,保险体现的是一种对未来的准备,体现的是一份爱和责任。保险不是用来改变生活的,而是为了防止生活被改变,未来的不确定性,使得我们必须储备一部分资源应对它们,保障我们的生活状态和生活质量不会因风险的不期而至遭受重大改变。

在当前致力于社会主义和谐社会建设的重要时期,我国保险企业社会责任建设具有更加特殊的要求。从功能作用看,保险企业承担着防范社会风险、保障居民生

活,融通发展资金等责任;从经营对象看,保险企业经营的是风险,产品使用价值在于补偿消费者风险损失,给消费者提供风险保障和安全感;因此,保险企业的生产经营活动同承担社会责任是内在统一的。保险企业越发展,综合实力越强,风险防范能力就越强,承担的社会责任就越大。这是保险企业在构建社会主义和谐社会中不可替代的作用。

长城人寿保险股份有限公司山东分公司成立于2005年,九年以来,坚持以为客户提供适合的保险产品 and 便捷的服务,为社会提高民众的生活保障水平为公司使命,稳健经营,勇担社会责任。截至2014年8月,长城人寿山东分公司已累计为11.5万名客户送去了保险保障,累计完成客户赔付22000人次,赔付金额4400万元。

## 优质服务 互惠共赢

保险属特殊服务行业,它较一般的商品其服务性更强。表面上看,保险公司出售的不过是一纸合同,而在深层次上出售的却是服务。服务贯穿于整个保险活动中,是保险的生命。

对于一个成熟的保险市场或成熟的保险消费者来说,衡量保险企业好坏的标准主要是服务。而就保险行业来说,支撑其健康发展的基础和内涵也必然是服务。服务不仅是保险企业对保险合同约定责任和义务的承担兑现,也是保险企业自身实力和品牌价值的体现。优质的服务有利于增加客户对保险的了解和认识,缩短保险公司与客户的距离,增强客户的信任感和忠诚度;同时,好的客户服务使保险公司更好地了解客户需求,满足客户需要,从而降低公司经营成本,为保险公司带来业务和利润。所以,优质的服务,是一种“双赢”策略,既能让顾客满意,又能让企业获利。

## 销售服务重在一个“专”字

合同是建立在当事人高度信

任的基础之上,没有投保人基于认同的集合,就没有保险。保险商品的隐型性和使用价值的服务性特点,决定了保险销售文化只能是以“专业营销”为核心理念。保险公司的销售管理必须以“消费者需要”为导向,用专业的知识和技能为客户提供最适合、最能解决客户问题的保险计划,企业的回报也应该是对消费者优质服务的必然结果。

## 理赔服务追求一个“快”字

保险的本质是保障,保障的直接体现就是理赔。长城人寿一直秉承“打造服务最好的保险品牌”的公司愿景,提出了“理赔六个一服务工程”,不断提高理赔时效,在客户最需要钱的时候,做到赔付越快越好。在理赔时效方面,我们将“赔付金额低于2000元,资料齐全,非调查案件1日内结案”作为我们公司的承诺。在理赔利益方面,我们主要从客户利益最大化的角度考虑,对于已核实的理赔案件尽快赔付,对于可赔可不赔的理赔案件,尽量为客户理赔,在客户最需要钱的时候雪中送炭。当然,对于骗保、骗赔案件,我们坚决不予理赔,坚

决维护行业健康的营商环境。

## 其他服务注重一个“细”字

与“提供保障服务”的核心内容相对应,其他服务是指保险的扩散性服务,包含咨询与申诉、提醒与回访、契约保全、附加值服务等,体现的是保险公司或销售人员的特色,可以塑造专业形象,可以随时掌握客户信息,可以发掘客户的其他需求,最重要的是解决客户理赔之外的其他需求和问题。

其他服务涉及的范围比较广,内容比较细,对保险公司的要求也比较高。总体来说,保险公司开展其他服务要注重一个“细”字,提醒服务要主动,保全服务要热情,申诉服务要高效,附加值服务要温馨……

为此,长城人寿山东分公司构建了“三三三客户服务”和“VIP客户服务”两大体系,为客户提供最贴心、最优质的保险服务。

在“守信用、担风险、重服务、合规范”的保险行业核心价值理念的指引下,长城人寿山东分公司将勇敢承担起肩上的社会责任,为广大消费者的美好生活保驾护航。

## 投保故事

什么是正能量?在我与保险公司的一次“亲密接触”后,我真切感受到“正能量”的存在。

我买了私家车后一直在有实力的保险公司投保,服务也好。

2014年3月25日晚,我下班后把车停在家门口,第二天车不见了,当时我立刻意识到车被盗了,急忙拨打了110报警。当我到保险公司索赔时,才知道我的车只投保了交强险而未投保盗抢险,保险公司不能赔付。天下没有后悔药的,我怀着失望的心情起身要走时,保险客户经理中心的陈栋主任叫住了我说:“对您这次损失我们虽爱莫能助,但车辆丢失后还需要办理很多手续,说不上什么事情我们就能

# 超越保单本身的“正能量”

帮上忙,我把手机号给您吧。”没想到这个手机号后来却为我帮了大忙。

4月1日下午,我借朋友的车出去办事,返回途中突然看见路边停着一辆没有牌照的车与我的车型一模一样,而且一眼就看到了车辆后保险杠上特有的伤痕。怎么办?瞬间我心跳加速,拿出电话想打电话,却一时想不起来该给谁打。这是我突然想到了保险公司的陈主任,于是我赶紧拨通电话向陈主任说明了情况。正在这时两个人上了我被盗的车辆要离开。我急地都快哭出来了,电话那头陈主任让我马上拨打110报警,然后悄悄跟着他们,不要采取任何行动,一定保证自己的人身安全,他马上带人赶过来。跟踪过程中陈主任多次与

我通话,嘱咐我千万冷静,并让我随时报告跟踪方位。

十几分钟后在一个路口,我与保险公司的理赔人员汇合了,两辆喷有客服电话的白色捷达车载着五六个人与我一起跟踪被盗车辆,我激动的心情难以言表,内心顿时踏实了许多。

被盗车辆在一个小饭店门口停下后,那两个人下车吃饭,这时110的民警也赶到了现场,陈主任与我一同和民警商量抓捕计划。为了防止打草惊蛇,穿制服的民警在暗处把守,安排保险公司的工作人员两人一组散开在车周围布控,静候开车的人。

那两个人吃完饭从饭店里出来后,我们的人开始慢慢地向他们集中,他们好像发现

了什么,转身离开车辆想要逃跑。说时迟那时快,只听见一声吆喝,所有人一起冲向那两个人,死死的将他们一一压在了地上,这时民警也冲了过去,成功将两人制服。就这样,我丢失了的爱车奇迹般的追回了!

回顾这段就像电影一样的经历,我感到最大的欣慰就是我结缘了保险公司,遇上了他们优秀的员工。这本来不是他们分内的事,但在我最无助的关键时刻,是他们不顾个人安危,挺身而出,给了我莫大的安慰和及时的帮助。我不想用过多的言语来表达谢意,在这样的员工身上,我看到了什么叫做责任与担当,什么叫做保障民生、服务社会,什么叫做保单之外的“正能量”!

刘瞭诚

## 从业故事

### 车险查勘员的“追爱”生活

“爱无疆,责任在行”,是今年“7·8全国保险公众宣传日”的宣传主题。而保险公司的理赔人员李奉军抛却小爱,追求大爱的事,正好恰如其分的诠释了这一主题。

作为一名车险查勘理赔人员,工作特点决定了李奉军工作时的不固定,报案电话,就是开赴战场的命令,不论白天黑夜,哪怕风雨交加,都必须立即出发。正在和女友热恋的他,为了现场查勘,不知爽约了多少次电话;突然响起的报案电话,多少次只能把女友一个人扔在风中,留下一个匆忙离去的背影。2012年9月6日,是李奉军和女友定亲的大喜日子,家中高朋满座,喜气洋洋。酒宴刚刚摆开,仪式正要开始,“叮铃铃”,在接到一个急促的报案电话后,李奉军二话不说,扔下满屋错愕的亲朋,抛开满腹委屈的新娘投入工作中去。大家只得等男主角忙完工作回来后又补办了仪式。

2014年3月的一天深夜12点钟,新婚不久的李奉军接到了一个报案电话,出险地点是在莱芜偏远的山区茶业口镇刘白杨村南的沙场。该现场离市区45公里,其中有25公里是崎岖的山路,坑坑洼洼,高低不平十分难行。加之深夜视线差,李奉军又对路况不熟,只能小心翼翼向前行。一路上他既怕损坏了公司的查勘车辆,又担心客户等得心急,好不容易到达现场时,大冷的天他竟出了一身汗。两辆拉满了河沙的大货车在一陡坡上相撞,路面松软湿滑十分危险。李奉军不顾个人安危,快速的投入到工作中去,一边安抚客户,一边认真查勘,细致的工作,真诚的服务赢得了客户的感动和认可。四个多小时后,李奉军才拖着疲惫的身子回到了家中,而新婚的妻子担心地一夜未眠。

这就是可亲可敬的保险查勘员,没有什么惊天动地的壮举,却用舍小爱成大爱,舍小家为大家的平凡行动,践行着“用真诚播撒爱心,用服务赢得感动,用执着创造未来”的诺言。

刘纪国

## 险界拾贝

### 沉默的情缘

没有华丽的外衣  
没有娇美的容颜  
我是一张小小的保单  
尺幅千里  
诉说你朴实的爱恋  
字里行间  
约定一世不变的情缘  
闹市中  
为你寻得一分心灵的悠闲  
乡野里  
为你种下四季美好的期盼  
我是一张沉默的保单  
沉默中有万语千言  
句句都是爱的呼唤  
失落时  
为你升起希望的风帆  
风雨中  
为你呵护生命的摇篮  
我是一张小小的保单  
不求锦上添花  
但求雪中送炭  
愿你珍惜这份沉默的情缘

张新洲

# 服务升级 长城打造优质保险品牌

## 保险特色服务

### 推介之⑩

长城人寿保险股份有限公司经中国保险监督管理委员会批准设立,是一家全国性保险公司,以打造服务最好的保险品牌为目标,致力于为客户提供适合的保险产品 and 便捷的服务,为员工提供良好的工作环境和成长空间。

长城人寿山东分公司成立于2005年。始终坚持“尊重、合作、价值、进取”的价值观,秉承“诚信、服务、专业、创新”的经营理念,努力打造服务最好的保险品牌。

## 服务升级,乐在长城 客户服务节盛大开幕

2014年6—8月,长城人寿推出“乐在长城,畅游有礼”客户服务节,这是继2011年“寻找长城有缘人”、2012年“萌芽100·用爱结缘”、2013年“描绘梦想·关爱健康”连续三年的大型社会公益服务活动后,公司重装上阵,全面升级推出的第四次大型活动。本届客户服务节参与形式多样,内容丰富多样,主要包括古长城文化之旅、长城模型拼装比赛、服务升级、“乐在长城”旅游季等主题。

## 活动升级: 传播古长城历史文化

古长城文化之旅是本届客服节的主打项目,以“乐在长城,畅游有礼”为主题。为增加活动的趣味性和互动性,“长城人寿”微信公众号上开通线上虚拟古长城旅游活动,借助客服节活动平台向公众传播古长城历史文化。同时,长城人寿还将邀请公司客户、内外勤员工以家庭为单位参加3D长城模型拼装现场比赛。

## 服务升级: 贴心服务,永无止境

“服务改变生活,保障源自长城”,服务升级依旧是客服节的重头戏之一,此次客服节将重磅推出“理赔关怀”、“核保有礼”、“复效有礼”、“吐槽有礼”、“更新有礼”五项客户服务升级项目。

“想得更细,做得更多”,相比以往客服节的服务升级项目,今年的客服节更加关注对客户的回馈。客户不仅能够享受更加“亲和、便捷、专业”的服务,还将获得各种丰厚的优惠。

## 回馈升级: 参与有礼,回馈多多

为提高公众的参与度,本届客服节不仅为客户提供了丰富多彩的活动和全面的服务升级,还为客户精心打造了一场“回馈盛宴”。客户参与活

动即有奖,参与越多回馈越多。

为回馈高端客户的高价值贡献,本届客服节还将举行“乐在长城”旅游季活动,邀请客服节期间新增保费累计排名前十的客户参加游长城等旅游活动。

历时三个月的客服节,不仅是长城人寿回馈客户、回馈社会的盛会,更是公司与客户共同创造双赢价值的过程。

## 客户为尊,服务至上 理赔“六个一工程”

长城人寿推出理赔“六个一工程”,用实际行动来回馈广大客户对长城人寿的信任和支持。

## 一条通道高效便捷,长城人寿推出小额理赔案件专用处理通道

长城人寿在各分公司客户服务柜面设立了理赔小额案件专用处理通道,赔付金额在1000元(含)以内的个险客户,只要事实清楚,材料齐全,分公司理赔人员可以即时受理,现场审核,现场给付,所有理赔环节一站式完成,让客户感受理赔不再是件麻烦事儿。

## 一个号码时时相伴,长城人寿开通24小时理赔专线电话

长城人寿开通了24小时理赔热线,由理赔资深人员不间断、无障碍地接听来自于客户和业务员的报案或咨询,为客户答疑解惑。

一次探望无限温馨,长城

## 人寿对住院客户进行探望与理赔服务指导

长城人寿推出了住院客户探望服务,在探望过程中指导客户如何准备理赔申请材料及填写理赔单证,让客户切实感受到长城人寿“亲和、便捷、专业”的理赔服务。

## 一条短信随时沟通,及时向客户反馈理赔进展情况

长城人寿让客户及时了解理赔进程,让客户感受到透明、高效的理赔服务,开通了理赔短信通知服务,将理赔各阶段进展情况通过短信形式通知客户,让客户保险买得安心,理赔办得顺心。

## 一个电话尽显关爱,理赔结案后100%电话回访

服务无止境,长城人寿在每件个人保险客户理赔案件给付后,对客户进行电话回访,了解客户对公司理赔过程的满意度,认真听取客户的建议和意见,随时改进服务措施,优化理赔流程,持续提高理赔服务品质。

## 一张保单,全国理赔

长城人寿为您所想,当发生事故后,客户只需要就近到我们的网点办理索赔申请,不再受保单投保地的限制,为客户做到真正的便捷的理赔服务。

保障源自长城,服务改变生活。长城人寿山东分公司将继续把最好的服务提供给每位客户,打造服务最好的保险品牌。