

风险来临时 保险会变成爱和责任

□农银人寿济南直属本部经理 孙向军

文明是指人类社会的进步状态, 人寿保险的出现对社会文明的推动作用至关重要。探究买保险的动机, 无非对未知风险之恐惧, 对现有美好的珍惜, 归结两个字——责任。当不确定风险来临时, 保险赔偿金或给付金就变成爱 and 责任的延续, 帮助我们支付父母的赡养金, 子女的教育金, 车贷、房贷, 甚至成为我们治病救命维持生命尊严的保障。拥有一份保险就是减轻家人的负担, 为家人购买保险就是确保未来的安全, 更是对家庭负责责任的体现。

一个对家庭有责任心的人, 会为自己和家人做好万全的规划, 内心坦然, 无忧无虑。家庭生活自然其乐融融, 母慈子孝, 即使遇到风险也能坦然面对, 敢于担当。而反观社会上一些家庭悲剧, 如: 弃婴、医院中弃父、弃妇等等不文明行为, 在风险降临时, 诸多家庭举步维艰, 更有白发人送黑发人, 以及隔代抚养等现象。某些违背社会道德的现象固然和个人品质有关系, 但更多是没有在经济上为家庭做好合理的规划。“老吾老以及人之老, 幼吾幼以及人之幼”。由家庭责任感逐渐

升华为社会责任感。每个人对自己的行为负责, 担当起每个人应该担当的社会责任, 比如最基本的社会公德、质量适用、紧急救助等等, 每个人做出安全的行为才会共同享有安全的环境。虽社会风气日益向善, 但不得不说还存在诸多如食品安全、质量安全等问题, 甚至出现信仰缺失, 诚信缺失等现象。保险观念的普及, 家庭责任感, 社会责任感的唤醒无疑对社会风气的改善有着非常重要的作用! 作为寿险公司, 在服务社会的同时, 要更加注重将企业发展与社会责任紧密相连。多年来, 农银人寿一直坚持回归寿险本元, 产品的研发、推广销

售落实到保障及风险分散, 对保险收益不误导、不夸大。从目前大部分家庭的收入及保障情况来看, 对寿险的需求更加侧重于保障型产品。农银人寿的员工所需要做的是帮助客户科学、合理的分析家庭资产配置及风险状况, 设计满足客户需求, 解决客户主要风险的产品, 唤醒责任, 规避风险。农银人寿从每个环节体现人性化关怀并以最快速度理赔, 济南本部客户刘某, 因意外导致植物人, 公司理赔人员接到报案后主动家访并收集相关资料; 客户杨某女儿因病住院, 客户理赔申请资料于2014年6月26日14点20分递交至公司, 14点40分即赔付完

毕, 诸多案例无不体现了农银人寿对“客户至上 始终如一”这一服务理念坚持, 也正是缘于这种坚持, 客户有了归属感, 员工更有成就感。现实生活中不确定、不安全因素日益增多。每一个寿险职业经理人胸怀重任的同时, 更要发扬传教士布道般的热情和执着, 去影响、去倡导居安思危的观念, 去唤醒、去树立人们为责任而工作、为责任而规划的生活方式。试想, 不太遥远的未来如果能够实现家庭和谐、社会进步, 没有纠纷, 没有担心、天更蓝、水更绿。这不就是我们心目中最美好的和谐社会吗?

投保故事

提到企业发展, 大家一般只会想到金融机构给予企业的支持, 很少能想到保险对企业成长起到的作用。一家知名的糕点企业的成长之路, 充分体现了保险在企业发展过程中起到的巨大作用。杨铭现在是一家企业的总经理, 他毕业后, 先是在当地一家不错的企业做办公室主任, 后来下海经商, 接手了一个很不起眼的糕点企业。接手企业后, 在查阅企业财务状况的时候, 他发现原先厂里为十几个工人办理了终身商业保险, 是笔不小的开销, 原本想砍掉这块费用, 但是发现保险的经办人竟然是自己曾经的同学王泽军, 杨铭决定和他聊一下。经过和老同学的交流, 杨铭发现企业投保的商业保险险种灵活多变, 相比

保险助力小微企业快速发展

那种每年缴纳资金上浮百分之十的传统保险, 这种保险缴费期短, 投保资金少, 对于小微企业而言, 是个不错的选择。特别重要的一点, 是该险种可以提前支付, 双倍赔付, 考虑到这一点, 杨铭也为自己和家人投资了几个险种。企业经营初期, 杨铭发现, 由于一些不太正规的企业很少为员工缴纳此类保险, 因此员工的忠诚度并不高, 于是便利用自己的保险优势, 招聘了几位有经验的师傅。慢慢地人们发现, 这家食品厂生产的面包, 糕点, 改变了以前低劣的形象。质优价廉, 吃起来放心, 很快销售量逐步增加, 企业经营有了好转。然而, 天有不测风云。有一天, 工人已经下班了, 一个维修工人因为漏电被击倒

在设备后面的水池里, 被送到了医院, 需要较高的治疗费用。王泽军很快出现在了事故现场, 了解到实际的情况之后, 他告诉杨铭: “老同学, 你不要着急, 只要有保险人在你身边, 资金不是问题, 保险就是让人们的生活不被改变, 避免第二次伤害”。最终在王泽军的帮助下, 事情得到了妥善的解决, 而杨铭也因为这次事故, 对保险有了全新认识。如果不是替员工买了保险, 仅这次工伤损失的赔偿, 就有可能拖垮自己的企业。之后企业的发展一直很顺利, 杨铭不仅在郊区购买了土地, 新建了厂房, 也招聘了更多的员工。因为给每个员工都补充了商业保险, 这家企业的福利好也一直名声在外, 也让企业有了更大的发展可能。(齐砚兵)

险界拾贝

一个个血淋淋的教训 期待唤醒人们的风险意识

“保险, 让生活更美好”每当听到这句温馨的公益广告语时, 作为从事十几年寿险工作的我心中有种莫名其妙的感觉: 保险, 让生活更美好! 可是, 为什么有些客户还在保险的路口徘徊呢? 一个个血淋淋的教训为何唤不醒那些没有风险意识的人们呢? 意外与疾病是不分男女老少、富贵贫贱、职务高低的, 肥城矿业集团魏某, 43岁, 是矿业集团的一名科级干部, 可谓事业有成, 家庭幸福。妻子为了照顾好魏某和上学的孩子, 辞掉了工作在家做一名标准的家庭主妇。家庭其乐融融让人羡慕, 各家保险公司的业务员多次登门拜访谈风险、谈保障, 魏某一次次将业务员拒之门外。在2002年3月感觉身体不适去医院检查, 当魏某的妻子拿到检查结果时犹如晴天霹雳……检查结果为: 尿毒症。为了给魏某治病花掉了家中所有的积蓄, 妻子为了挽救魏某生命放下了尊严、放下了面子, 又陆续向亲朋好友借24.6万元, 魏某的妻子顿时苍老了许多, 真乃是: 辛辛苦苦几十年, 一病回到解放前。很不幸的是在2003年的11月份魏某病逝, 妻子哭的死去活来, 她哭诉到: 后悔当初自己和丈夫排斥保险才造成今天的人财两空。

2008年7月份肥城市王庄镇陈某家中充满了欢声笑语, 全家沉浸在欢乐之中, 原来陈某的独生子以优异的成绩考上了上海一所大学, 陈某虽然在村里做点小生意, 可他们家爷爷是文盲, 父亲没上过学, 自己只上到小学二年级就辍学了, 现在自己的儿子以优异成绩考上了大学, 对陈某来说这是他们家最大的喜事了, 陈某与家人商量定于7月26日邀请亲朋好友为儿子大摆喜宴来庆祝, 7月20日早饭后陈某骑摩托车四处奔走给亲朋好友下请柬, 上午十时二十分左右陈某途经孙牛路与王边路交叉路口时一桩惨烈的交通事故发生了, 陈某及摩托车被一辆满载沙子的大货车撞飞, 45岁的陈某当场死亡, 现场惨不忍睹。一个幸福美满的家庭顿时消失了, 陈某年迈的母亲听到儿子死去的噩耗后当场晕倒在地, 承受不了这突如其来沉重打击被送进了肥城人民医院抢救治疗……幸好陈某在2007年5月份投保了一份保额80万的意外保险, 同时大货车的交强险又理赔了32万, 才能使得这个家庭没有陷入水深火热中, 陈某年迈的母亲能安享晚年, 陈某的孩子能顺利的完成学业, 陈某的妻子能老有所依, 虽然赔再多的钱也换不回陈某的生命, 可是保险却让这个家庭渡过难关, 正因为保险才能使这个家庭正常的生活。

谈到这些不由让我想起曾在网络上广为流传的一个故事。日本的讽刺明星北原武在一次颁奖典礼上讲到了他的母亲, 他说他一直不喜欢自己的母亲, 因为母亲一直不断地向他要钱, 只要他有一个月没有寄钱回家, 母亲就会打电话给他, 破口大骂。几年前, 他的母亲去世, 他回故乡奔丧, 回到家之后, 他还是忍不住大哭一场。想到自己一直在外, 没有好好供养母亲, 虽然是个只知道要钱的母亲, 他还是觉得亏欠了母亲。等办完丧事, 他的大哥把一个小包袱给了他。北原武小心翼翼地打开小包袱, 看到一本存折与一封信, 存款是用他的名义开户, 存款金额高达数千日币。信中母亲写道: 武儿, 在这几个儿女当中, 我最担忧的就是你, 你从小就不喜欢念书, 又乱花钱, 对朋友太慷慨, 当你说要去东京打拼时, 我就很担心你会变成一个落魄的穷光蛋。因此, 我每月从不间断地要你寄钱回家, 一方面可以刺激你去赚更多的钱, 另一方面也为了替你储蓄; 你给我的钱, 我一分都没有花, 你大哥一家把我养得好好的, 你的钱就是你的钱, 现在就拿去好好利用吧! 看完了信, 北原武被母亲的爱深深的感动。北原武的母亲不停地向儿子索钱, 实际上是出于对儿子的一片挚爱。

其实, 保险公司就在扮演着北原武母亲的角色。这个故事也可以转化成我们对保险的认识: 今日做明日的准备, 生时做死时的准备, 父母做儿女的准备, 如此而已。今日预备明日, 这是真稳健, 生时预备死时, 这是真豁达, 父母预备儿女, 这是真慈爱。不能做到这一步的说明我们还没有真正认识保险的意义与功用。(陶树钧)

走以客户需求为中心的服务创新之路 农银人寿山东分公司服务创新举措

保险特色服务

推介之①

坚持服务创新, 优化流程, 从细微处着手, 运营服务技术手段升级, 不断提升客户体验, 以满足客户差异化的需求, 来更好地维护广大客户的合法权益, 农银人寿山东分公司通过开展多项特色客服服务活动, 创公司服务品牌。

增进信息沟通 让服务透明化

长期以来, 理赔是客户的一件“烦心事”, 因客户与保险公司之间的信息不对称, 理赔过程不透明而导致某些客户对公司理赔总是不信任, 微词颇多。针对这一状况, 公司提出了理赔服务承诺, 对理赔材料的告知、快速理赔、赔款支付时效等进行了规范。

公司为方便客户了解投保、保全、理赔办理流程, 制作了《投保服务流程》、《保全服务流程》、《理赔处理流程》、《客户服务热线》等展板, 并进行公示。

建立了保单信息查询服务平台, 客户通过拨打公司客服热线进行保单基本信息查询, 了解客户保单状况。此外, 公司建立了客户的沟通平台, 开通服务专线, 短信服务通道, 在线客服, 多渠道、多频次地接受广大客户的咨询、投诉, 解答客户疑难问题, 客户还可通过拨打服务热线进行联系地址、联系电话及邮政编码的变更。同时, 在公司外网开设“农银人寿维权知识专栏”, 内容包含保险法律法规解读、投保注意事项、理赔案例分析、客户服务提示等内容。

此外, 为普及保险知识, 倡导科学理性的保险消费观念, 分公司及中心支公司为新老客户举办了多场保险知识及维权知识讲座。为切实维护保单失效客户继续享有保险保障的合法权益, 山东分公司相关部门组织业务人员、客服人员, 续期人员通过短信、电话、邮件、上门拜访等多种形式, 动员客户办理失效保单复效, 并为成功复效的客户赠送礼品, 奖励客户及时复效。为维护广大客户合法权益, 公司对外公布保险服务承诺, 从销售环节到服务的各个方面均作出了相应的承诺, 主动接受社会公众的监督。

优化客户咨询体系 提升客户满意度

持续优化客户咨询跟踪体系, 客户投诉可通过拨打公司客户服务热线、发送短信、邮件或直接向公司各服务柜面提出相关申请, 2014年山东分公司投诉累计结案率100%。

加强咨询工单处理时效, 增强客户的感受度, 2014年加强了对咨询工单和回访工单处理时效, 要求所属机构及业务部门及时处理, 3天内处理完毕的, 得分为满分。对未处理件清单, 逐件核查, 对遗留件较多的机构, 重点分析原因, 结案率每月都在95%以上。

注重后续服务 创特色服务品牌

曾经有位满期金到期的老客户因病卧在床不能来公司柜面办理领取手续, 因

相关链接

快乐体验 健康随行

农银人寿山东分公司举办首届客户服务节

8月3日, 农银人寿山东分公司“快乐体验, 健康随行”大型健康知识讲座在山东大厦成功举办。

此次健康讲座是农银人寿首届客户服务节的活动之一, 农银人寿山东公司特别邀请了全国著名心血管病医学专家、北京阜外医院心内科主任医师、医学博士项志敏教授为大家讲授“心脑血管智慧”课程, 公司新老客户600余人参加本次活动。

据悉, 农银人寿首届客户服务节由总公司统一举办, 活动为期两个月, 从7月8日至9月8日期间, 农银人寿覆盖全国的18家分公司, 近300家分支机构将推出一系列关爱客户健康、回馈社会的志愿服务活动。

活动期间, 农银人寿山东公司为贵宾客户提供以“健康关爱”为主题的特色体检服务, 并向客户发放农银人寿精心推出的《健康手册》4000余册, 手册内容通俗实用, 在指导客户预防疾病、远离亚健康的同时, 详细的介绍了与客户健康生活息息相关的运动、养生、饮食等方面的知识。7月7日以

来, 面访和电话回访3000余老客户, 维护客户信息1068人次, 让客户感受到了公司所提供的贴心服务和可靠保障。

在推进基础服务的同时, 公司还启动了一系列增值服务, 郑重向客户做出“十大服务承诺”, 从维护客户的合法权益出发主动接受社会公众的监督, 为客户提供便捷的服务渠道和全方位的综合服务体验几大方面作出承诺。据了解, 农银人寿一直把“快速、便捷、专业、透明化”作为服务目标, 确立“以客户为中心”的经营战略, 从服务态度、服务技能、服务内容、服务时效等方面, 以实际行动践行“客户至上, 始终如一”的服务理念。农银人寿相关负责人介绍, 此次客户服务节的举办, 不仅为广大客户搭建了相互认识、交流、了解的平台, 也增进了公司与客户的感情, 为公司树立的服务品牌形象和促进业务发展奠定了良好的基础。通过持续高品质的服务, 不断赢得广大客户对农银人寿的信赖、认同与支持, 实现公司与客户的共同成长。