

“倾听客户的心声,服务客户的需求” 中国人民保险2015年客户节拉开帷幕

为强化“以客户为中心”的经营理念和服务意识,加强与客户的互动,倾听客户需求,中国人民保险倾情打造以“倾听客户的心声,服务客户的需求”为主题的2015年客户节。

中国人民保险旗下的旗舰型企业中国人保财险将面向社会推出六项主题活动:“多快好省”理赔服务嘉年华;“I车I自然”人保之友俱乐部活动;“人保在行动”公益系列活动;“客户节一起玩‘绿聚人’吧!”活动;“请进来、走出去”活动;“十一”黄金周客户自驾游服务活动。

客户节活动于5月18日正式拉开帷幕,此次客户节活动将陆续持续至“十一”黄金周期间。

“多快好省”服务品质持续升级
人保财险在以往推出的理赔

服务基础上,今年继续深入推进“多快好省”理赔服务。“多”指的是服务网点多,索赔渠道多,推荐维修企业多;“快”指的是理赔速度快:报案快、查勘快、定损快、赔付快;“好”指的是服务界面好,服务态度好,维修质量好,响应客户需求好;“省”指的是让出险客户省心、省时、省力。今年重点推出人保客户“互碰快赔”、“微理赔”服务。

7月8日,人保财险还将借助“全国保险公众宣传日”活动平台,在全国开展“多快好省”理赔服务宣传日活动。

纯自然订制“体验活动”

今年人保财险推出“I车I自然”人保之友俱乐部活动,将为客户打造一场纯自然的订制“体验活动”。人保财险将带客户进入呼伦贝尔大草原腹地,感受自然之美;为客户组

织那达慕大会,体验蒙古族历史悠久的传统节日;向客户奉上特色蒙古美食,感受蒙古人的热情好客。活动将通过线上征集客户参加,请关注人保财险微信、微博平台活动。

公益行动再接再厉,助力学人保有爱

人保财险秉承“人民保险 服务人民”的宗旨使命,今年将组织开展以“人保在行动”为主题的系列公益活动。携手北京市美疆助学基金会和西藏分公司,在6·1儿童节前后,开展“大手牵小手”助学公益活动,邀请新疆和西藏少数民族贫困学童到北京学习交流,并进行爱国主义教育。在9·1开学之际,携手客户和分公司员工,开展“人保财险公益行”活动,前往贫困地区为当地的贫困学生送去文体学习用品。

“客户节一起玩‘绿聚人’吧!”

人保财险将开展公益类在线支付促销活动,每产生一张在线支付的直通车险订单,即向中国绿色碳汇基金会(绿色公益组织)捐赠1-2元植树款,同时邀请客户一起去植树,活动详情敬请关注人保财险微信微博。

“请进来 走出去”倾听客户的心声

人保财险全系统将邀请客户走进人保,听取客户的需求和意见建议,增进公司与客户的双向互动了解。同期,组织上门拜访重要法人客户,增进高层间的共识与互信,为双方的互利共赢提供实实在在的服务和支持。

“十一”黄金周客户自驾游服务活动

人保财险将继续在全国开展黄金周客户自驾出游服务活动,向客户提供保险事故快速处理、事故救援、故障救援、旅游提示、酒店预订、“人保之友”俱乐部伴客户行、伤员救助、安全检测、行车导航、洗车等多项服务。

线上回馈活动惊喜连连
客户节期间,人保财险将借助微信微博平台,开展线上征集、抽奖等回馈活动,活动将送出:公益行出行名额、I车I自然出行名额、ipad、国家大剧院演出票、客户节纪念银章、野营帐篷、照片打印机、车载吸尘器、移动硬盘、电话卡等实物奖品,客户可关注人保财险客户节微信、微博参加线上征集、抽奖等回馈活动(客户节微信:piccnctkhj;中国人保微信:Hello.epicc)。

中信银行济南首家智慧网点开门纳客

5月18日,中信银行济南分行在山东打造的首家智慧型网点——燕山支行旗舰店正式开门纳客。这是中信银行力推零售转型之后,在服务模式和产品体验上一次重要的战略性创新。旗舰店网点是中信银行统一网点建设标准的旗舰,“幸福财富”品牌的孵化器,客户体验的示范区,释放产能的试验田,全程贯穿“好客之道”的建设和经营理念,全面展示“新理念、新技术、新流程”,目的在于着力提升客户服务体验,打造品牌形象、技术应用、服务水平以及网点产能的旗舰,为社会提供功能更全、服务更优、水准更高的金融服务。

中信银行济南分行作为总行旗舰网点项目的执行分行之

一,于2014年开始投入建设,由此诞生了今天的旗舰店燕山支行,也称做智慧网点。整个网点面积约1800平方米,分为上下两层,按照7大业态18个模块做了功能分区。一楼营业区分为自助业务、个人现金柜台以及非现金柜台、信用卡业务、出国金融业务、理财业务,以及旗舰店特有的图书阅览区和AILI西点咖啡专区等,能为客户办理业务的同时提供增值的餐饮及文化服务。支行秉承打造智慧银行的理念,科技领先,流程简约,一层营业厅电子设备齐全,WiFi覆盖整个区域,能为客户带来远程和现场的良好服务;二楼营业区设有4个贵宾理财洽谈室以及1个财私客户洽谈室,分别服务于贵宾客

户和钻石级客户,洽谈室高贵典雅,服务全面,私密性好。

中信银行济南燕山支行不仅硬件环境细致考究,特色业务也十分丰富。支行设有保管箱服务区,共有保管箱423门,大小六种箱型,为您的资产保驾护航。另外,出国金融业务更是特色产品之一,“要出国 找中信”的品牌已深入人心,中信银行独家代理美国使馆业务16年,更与意大利、新加坡、巴西、南非等多国使馆直接合作,为客户提供完善的出国前中后一站式服务,从办理签证、资信证明、外币服务、留学贷款、全币种信用卡等多项增值服务、十大特色产品,玩转出国金融。

燕山支行团队目前共有20

余人,朝气蓬勃,精神饱满,业务娴熟,专业制胜,旨在为客户提供最佳金融服务方案。燕山支行旗舰店不仅注重环境的雅致,业务种类的完善,更加注重通过智能化的系统和专业快捷的服务,使客户得到更好的服务体验。

中信银行济南燕山支行的开业,将为济南市银行业在金融服务和创新方面注入新的活力、带来新的理念,智慧网点的产品和服务将颠覆客户对传统银行网点的认知,给客户带来更好的服务和产品,带来更舒适的客户体验,必将进一步提升中信银行在济南当地的品牌形象,引领银行网点转型变革的浪潮!

股市向好为险资投资带来良好机遇

上市险企将部分浮盈落袋,同时仍对2015年后续的可操作空间翘首以盼。据了解,2015年一季度上市险企借力宏观经济环境、行业政策和资本市场的机会,在投资收益、保费收入等方面取得丰收,并相继谋划后续投资、承保和创新业务的版图。一方面,在部分兑现浮盈后,上市险企在降息环境中正面临固定收益类投资、再投资等多重压力,对于可能增加的非标资产配置倾向于谨慎保守;另一方面,后续权益投资和债券投资均存

在交易性机会的共识已经形成。与此同时,在商业健康险税优政策出台和养老产业政策预期向好的背景下,各家上市险企正积极备战相关产品,以期尽快推出专项服务占领市场。在披露年报和一季报之后,业绩取得增长的各上市保险公司正在布局2015年后三季度的投资棋局,多位管理层人士表示,对完成年内的投资收益目标信心充足。在他们眼中,这与资本市场向好表现和保险资金运用政策的放开和推进均有关系。

最为明显的是权益类投资的浮盈增加。一季报披露的各家险企投资收益率表现均引发市场关注。数据显示,四家上市险企此大类资产配置比例均较以往有明显上升。新华保险相关人士透露,公司一季度的权益类投资新增净投放约为1%,股票和基金的投资占比合计超过11%,并选择合适的时机兑现部分浮盈。

“牛市中浮盈增加,主动因素和被动因素并存,配置比例的中枢因此上移。”中国人寿相关人士表示,股市向好为险资投资

带来良好机遇,险企也愿意寻找合适的机会开展财务投资获取收益,浮盈的兑现也在情理之中。固定收益类投资的调整则为多家险企所重视。前述负责人表示,在降息环境下,此类资产配置存在一定压力,新增协议存款利率和债券收益率都不是很理想。但总体而言,固定收益类投资,特别是债券投资仍存在机遇,未来会考虑加大金融债、企业债的规模,适度加大相应的信用风险敞口,并更加注重债券市场的交易性机会。(李超)



在珠宝走秀环节,赛菲尔万足金婚纱及《花开富贵》系列产品率先震撼亮相,揭开时尚走秀大幕。

魅力闪耀、光彩照人的赛菲尔万足金婚纱及赛菲尔万足金《花开富贵》一经亮相,立刻成为本届中国时尚生活产业高峰论坛的关注焦点和绝对主角,大家纷纷拿起手机和相机,记录下如此时尚精彩的时刻,彰显出赛菲尔万足金婚纱独特时尚魅力,绽放出赛菲尔珠宝的时尚品牌实力。

赛菲尔万足金婚纱汇集了赛菲尔珠宝一众设计师的心血,由独创“无焊料焊接”技术精制而成的含金量高达999.9‰的万足金与婚纱进行完美结合,纯手工打造。

赛菲尔珠宝在本届中国时尚生活产业高峰论坛的抢眼表现,唱响了企业2015年品牌发展的最强音。相信,赛菲尔定能引领黄金进入万足金时代,在中国时尚产业中书写万足金时尚新篇章。

赛菲尔震撼亮相中国时尚生活产业高峰论坛 引领黄金进入万足金时代

“越是千变万化的时代,越要聚焦。赛菲尔会一如既往地坚持引领黄金进入万足金时代,在深圳罗湖区政府打造时尚之都的决心下,赛菲尔珠宝一定能打造成一个具有国际时尚感的中国品牌!”

——赛菲尔珠宝总经理王卓
在5月14日由中央电视台和深圳罗湖区政府联合举办的“美丽中国·古韵新篇”第二届中国时尚生活产业高峰论坛上,赛菲尔珠宝总经理王卓在接受中央电视台著名主持人撒贝宁专访时,以绝对自信的姿态表达出赛菲尔珠宝一定会发展为具有国际时尚感的中国品牌的最强音,说出中国时尚产业立志打造“美丽中国”的产业好声音。

作为中国时尚行业的翘楚、万足金开创品牌,赛菲尔珠宝董事长王义善先生、总经理王卓女士受邀出席在深圳隆重举办的第二届中国时尚生活产业高峰论坛,与来自珠宝、服装、化妆品等行业企业家代表就品牌塑造

与传播、企业发展战略等话题进行了深入的沟通和探讨。总经理王卓女士代表赛菲尔珠宝接受了中央电视台的独家专访。5月15日中央电视台二套财经频道(CCTV-2)《第一时间》栏目率先播出了央视对她的采访。

在论坛上,赛菲尔珠宝总经理王卓结合赛菲尔珠宝品牌发展经验,畅谈了企业品牌塑造战略,其独到的观点、时尚的表达给与会嘉宾留下深刻印象,也收到了中央电视台著名主持人撒贝宁代表央视发出的深度合作邀请,总经理王卓亦欣然接受。

**联袂央视
共襄万足金时代盛举**

在高峰论坛上,中央电视台广告经营管理中心主任何海明以《央视平台助推时尚中国》为题,就时尚产业建设发展和品牌营销方面做了主题演讲,并分享了广告主企业如何活用、善用央视资源,打造品牌影响力。何海明主任的主题演讲也

给赛菲尔珠宝总经理王卓在品牌发展上给予了更多的思路,面对随后央视主持人撒贝宁的提问,她表示,一个人、一个品牌如何能在这个“碎片化”的时代,专业、专心、专注去做一件事情,越来越不容易了。在这样的时代背景下,赛菲尔的品牌优势反而很清晰,就是赛菲尔一心只坚持做好“万足金”这一品类,不管风云如何变幻,赛菲尔都会一如既往地坚持引领着黄金进入“万足金”时代。

她说,赛菲尔作为一个全国性的品牌,肯定会一如既往地与中央电视台(CCTV)建立长期的战略合作伙伴关系。这两年,借助央视的传播,市场对赛菲尔万足金的品牌已经有了一个很好的认知,但才刚刚开始。我们一定会努力把赛菲尔万足金品牌做好,真正如我们的品牌宣言一样,做到“更纯更有价值”。

**金光璀璨
万足金婚纱彰显时尚魅力**

**人保孙殿梁获
“全国金融五一劳动奖章”**

近日,中国金融工会下发通报,授予专项业务竞赛活动先进个人“全国金融五一劳动奖章”,中国人保财险潍坊市分公司高级主管兼昌邑支公司经理孙殿梁成为中国人保财险系统三个获此殊荣者之一。(赵礼忠 王飞)

**知识“微传播”
助力青年作为**

自今年3月班组建设工作开展以来,国网博兴县供电公司采取多种举措强化员工班组建设学习。开展“班组大讲堂”,开办“金种子”优秀班组长公开课,提升班组队伍素质。举办“找差距、理思路、谈体会、定措施”大讲堂,理思路,谈体会,制措施,推动班组建设水平提升。(韩雪)