

菏泽保险



“菏泽保险”微信公众号

中国人寿： 围绕服务体验，打好客户“满意牌”

中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿”)坚持“以客户为中心”的发展理念,直面新形势新变化,持续加快推进服务卓越型企业建设,强化服务创新,狠抓服务品质提升,使“好服务”“优服务”成为客户对中国人寿品牌的广泛评价。

近年来,中国人寿积极践行“科技国寿”发展战略,依托高度发展的线上服务网络,从客户需求出发,打破传统时间、空间的限制,拓展服务速度的极致,促进服务质效齐升,为客户节省时间,为公司赢得信赖。

通过强化互联网服务,以线上促线下,实现纵向服务一体化发展。围绕“一个客户,一个国寿”,积极推进客户联络服务整合。推进保险、投资、银行板块间及境内外95519客户电话互联互通与无感知转接,实现95519电话号码只拨一次、导航只听一次、需求只说一次,最大程度地把简捷留给客户。

通过科技赋能移动理赔系统,嵌入OCR技术、智能问答机器人、智能引导交互上传资料等贴心的功能,打破时空的限制,实现客户足不出户,动动手指完成理赔申请。2020年,已有超过1300万名国寿客户使用了移动理赔。

基于互联网科技发展和大数据应用,该公司积极与医保、医疗机构和第三方数据公司等单位依法合规地开展理赔直付合作,主动为客户提供免申请资料等高品质服务,实现赔款快速理算和支付。

中国人寿通过集约化运营,最大化盘活全国联络服务资源,从应急需求产生到调度成功接通最快仅需10分钟,全面提升应急处突能力,确保7*24小时服务平稳畅通;有效合理采集客户电子化通知偏好,快速直达。电子化通知客户同比增加102.89%,让客户在快速获知信息的前提下,积极参与到中国人寿绿色节约服务理念推广当中;拓展智能外呼应用,省时高效。实现语音机器人独立提供新单回访、宽限期通知等,纯智能拨打成功率达59.34%,为客户带来全新体验。

聚焦体验,推动柜面门店智能化综合化转型。以客户为中心,融入智能创新科技、革新客户临柜服务动线,全新打造集服务办理、客户体验、品牌宣传、客户经营为一体的线上线下互通的智能综合化网点。

深化服务融合,为客户提供一站式、综合化金融服务。已在遍布全国近2600家柜面网点大力推行智能化、综合化

的门店服务,全面推广“空中客服”等非接触服务模式,积极推行“服务+销售”创新,近千家柜面推出“假日经营”“客户体验日”等丰富多彩的增值服务主题活动,连接保险衍生领域,扩展优质服务资源,积极邀约客户参与,营造温馨舒适的柜面氛围,推动柜面服务“焕新升级”。

投放智慧终端服务,提升柜面智能化服务水平。智慧柜员机“全自动”“免排队”服务模式已在全国2000余家高客流柜面广泛应用,深受客户欢迎,投放5大类39项高频服务功能,深受客户欢迎。430余家智能柜面网点全面建成并对外营业,全新的智能柜面门店通过智能设备支持、专业服务流程、专享服务活动,为客户和销售团队提供线下尊享服务空间。

中国人寿始终将客户放在中心位置,以客户需求拓展服务边界,以客户满意丈量服务水平,用贴心关爱建立与客户真情联结的纽带,真诚守护承诺,温暖更加贴心。

通过大数据分析,中国人寿将适合客户的产品和服务推送到其手机端,实现千人千面的产品和服务“货架”,累计向客户精准推荐产品和服务1.7亿次。在服务交互方面,通过客户使用习惯,主动推荐“最近

使用”的服务,方便客户。

拓展客户意见反馈通道。从传统的电话、柜面、销售人员受理渠道,增加“中国人寿寿险APP”与“空中客服视频受理”渠道。客户只需在办理完业务后,轻轻点选或留言,即刻就能将意见直接传递至管理后台。此外,中国人寿将海量客户评价聚类、梳理,形成了客户的评价和需求看板,直接推送到客服条线各级管理者手机端,方便他们结合客户评价和需要及时调整和优化服务。

中国人寿陆续推出女性爱美系列活动“悦己生活”、少儿绘画活动“国寿小画家”、体育运动类活动“国寿700健行”等深受客户喜爱的线上线下增值活动,丰富客户生活体验。向客户持续提供系列健康教育和促进服务。

通过柜面网点、公司网站、官微及APP等渠道从保险保障功能到依法维权知识,从业务案例分析到热点问题答疑,从防范非法集资到打击“退保黑产”,多层次、广覆盖、有差异地开展消费者权益保护宣传教育活动。在金融知识普及月期间,中国人寿发布线上线下各类宣传资料近500万份,其中原创宣教信息点击数量达120多万人次,营造了浓厚的金融知识普及宣传氛围。

通讯员 卢立同

华夏保险菏泽中支 开展3·15金融 知识宣传活动

本报讯(通讯员 李海建)为进一步提高金融消费者自我保护意识和风险防范能力,维护消费者的合法权益,营造健康和谐的金融消费环境。3月15日,由菏泽市金融消费者协会与菏泽市消费者协会联合组织的走进银座商城消费者权益知识宣传活动,华夏人寿菏泽中支组织志愿者积极参与活动。

本次活动以“以人民为中心,增强金融消费者获得感”为主题,宣传金融消费者权益相关的内容,加强金融消费者风险责任意识,提升防范电信诈骗与非法金融广告的能力,引导金融消费者通过合法程序理性解决金融消费争端。同时,向公众普及金融安全知识,宣传金融消费者的权利和责任,远离和抵制非法金融活动,避免盲目投资和冲动交易,增强风险识别和自我保护能力,提高广大市民的金融知识水平,倡导理性消费投资。

华夏人寿菏泽中支将持续开展金融消费者权益保护知识宣传活动,加强多渠道、多形式宣传,将金融知识宣传及教育工作落实到位,引导金融消费者合法维权,不断提高服务水平和质量,为构建和谐金融消费环境积极贡献力量。

太平人寿:让金融生活更安心

太平人寿历来重视消费者权益保护工作,面对日趋复杂的市场环境与多样化的消费需求,该公司坚持“以人民为中心”,以更有实效的应对措施、更接地气的教育引导,与社会、与行业共同培育健康稳定的金融消费生态环境。

加强保护,不让客户合法权益受损

“非常感谢太平人寿,帮我守住了这份重要的保障。”收到理赔款后,客户刘女士百感交集。去年5月,一个“代理退保”的黑产人员骗走了她的银行卡和手机

卡,并唆使其采取恶意投诉,要求全额退保。眼看着客户的利益面临损失,太平人寿荆门中心支公司的业务人员果断行动,反复沟通,让她意识到“代理退保”对自身权益的伤害,最终撤销了投诉。一个月后,刘女士因脑梗住进医院接受治疗。出院后的第二天,理赔款顺利到账,太平人寿的保险保障让她吃了“定心丸”。

客户付先生同样遭遇了“恶意代理退保”的困扰。此前他受第三方唆使,对该公司进行投诉,要求保单退保,服务人员多次劝阻无效后,为其办理了退保手续。谁知退保后,第三方不

仅收取了高额退保代理费用,还擅自使用其信息投保其他公司保险产品,赚取保单佣金并骗取保单贷款。发现上当受骗,付先生赶忙致电太平人寿寻求帮助。在了解情况后,太平人寿服务人员指导他采取正确的方法追回了保单贷款,自主选择了适合的保险产品。

加大宣传,让金融知识深入人心

如何让消费者权益保护工作提质扩面,让人民享有更安心的金融生活?太平人寿各地机构主动“走出去”,积极开展金融

知识普及宣传,引导消费者正确使用金融服务,尤其是老年人和青少年,提高风险防范意识和自我保护能力。

3月16日,太平人寿宁夏分公司的工作人员带着大米、面粉、食用油等慰问品,来到永宁县翠庭养老院。在与老人们拉家常的过程中,慰问人员用浅显易懂的语言和生动的案例介绍金融知识,让他们对于理性消费、防范风险有了基本的了解。

近些年,太平人寿青岛分公司先后走进中国海洋大学、中国石油大学(华东)等高校,给年轻学子们送去金融保险的专题

讲座和普及课程,通过分析典型案例揭示非法金融活动的危害,倡导大家提升金融素养,树立正确的消费观念。

今年的消费者权益保护教育宣传周,太平人寿紧扣“以人民为中心,增强金融消费者获得感”的主题,在监管部门与行业协会的指导下,全面落实主体责任,将消费者权益保护工作纳入常态化管理,多措并举,完善机制,畅通渠道,与行业一起打好治理损害保险消费者合法权益行为、防范声誉风险攻坚战,为行业的转型和高质量发展贡献力量。 通讯员 万迎春

中国人寿
CHINA LIFE
相知多年 值得托付

NCI新华保险
关爱人生每一天

中国太平
CHINA TAIPING
太平人寿保险有限公司 菏泽中心支公司
TAIPING LIFE INSURANCE CO., LTD. HEZE KEY SUB-BRANCH

华夏保险
HUA INSURANCE
华夏人寿保险股份有限公司
菏泽中心支公司

保险消费维权热线
13001790136