



国寿寿险推出系列适老化服务

助推老年人跨越数字鸿沟

近年来,中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿寿险公司”)聚焦老年客户群体的保险业务办理需求,延伸服务触点,优化服务流程,推出“简捷、品质、温暖”系列适老化服务,以更好地满足老年客户的现实需求,切实提高其保险服务体验,致力为老年人打造有爱的生活。

为老年人数字化生活构建安全防护网

随着我国互联网、大数据、人工智能等信息技术快速发展,智能化服务得到广泛应用,深刻改变了生产生活方式,提高了社会治理和服务效能。但同时,我国老龄人口数量快速增长,不少老年人不会上网、不会使用智能手机,在出行、就医、消费等日常生活中遇到不便,无法充分享受智能化服务带来的便利,老年人面临的“数字鸿沟”问题日益凸显。

如何帮助老年人跨越“数字鸿沟”,让他们能够跟大多数人一样,充分享受信息技术带来的便捷,享受优质保险服务,获得优质保险产品,成为中国人寿寿险公司客户服务体系中重要的工作目标。

践行数字化的过程中,中国人寿寿险公司对老年人推进两方面的服务。一方面,教育先行。中国人寿寿险公司通过创新构造老年人最关心的场景,让老年人对数字化服务不再陌生。自2020年以来,该公司推出“互联网+健康”新模式,创立“提升免疫力专区”窗口,聚焦老年客群养生需求,答疑老年客群

健康咨询。名医讲堂全天候,随时随地在线看;经脉健身四季行,应时应季可跟练,在家也能强健体魄。累计推出100期健康资讯课程,开展440场直播活动,覆盖近1600万人次。这些为老年人所喜闻乐见的课堂拉近了数字化与生活的关系。

另一方面,筑牢消费者保护安全墙。中国人寿寿险公司聚焦老年消费者关心的金融保险领域的热点问题,加大老年人的服务体验和权益保障关注力度,进一步了解特殊群体金融知识的薄弱环节和金融需求。该公司通过官微“消保云课堂”、寿险APP“金融知识科普专栏”发布“关于老年人金融消费权益保护的风险提示”“老年人金融维权小提示”等原创材料,大力开展“3·15”消费者权益保护教育宣传周活动,通过“进养老院”“进社区”“进农村”“进革命老区”等方式,对老年消费者等特殊群体开展宣传活动累计超1600次,累计触达超7000万人次。

多触点消除老年人的“智能之困”

该公司的适老化服务分三个层次展开。首先,通过布局老年健康生态圈,打造老年人喜爱的互联网+产品与服务;其次,着眼基层和老年人生活习惯,着力居家业务随心办,打造云端交互网络,让普惠服务触手可及;第三,提升线上服务的适老化措施,让老年人在线办理业务无“智能之困”。围绕服务适老化,该公司着力推出系列举措。

丰富险种产品线。根据老年客户群体的风险保障情况,形成较完善的产品体系。短期险方面,设计夕阳红系列、夕阳保系列、银龄安康系列等多款产品;长期险方面,研发国寿安康逸年重度恶性肿瘤疾病保险、国寿鑫裕年年年金保险,满足老年客户群体多样化保障需求。在互联网前端,开展“敬老尊贤·孝行天下”主题客户经营活动,激发关爱老年人群体、感恩回报父母的意识,宣扬老有所养、老有所福的正能量。

丰富销售人员上门服务。2019年10月起,该公司持续创新线上代办服务流程,为出行不便的老年客户上门代办服务。推进实施11项代保全服务,4项代理赔服务。

扩展空中客服办理范围。2020年3月,“空中客服”应运而生,打通线上服务最后一公里;2021年4月,服务功能全面升级,基本满足客户所有业务线上办理需求。每位空中柜员,都是一个移动柜面,一次连通,疑难烦扰迎刃而解。

推出寿险APP尊老模式。2021年7月,中国人寿寿险APP尊老模式上线,聚焦老年客户高频爱用服务,畅通一站式业务办理。每次指尖轻触,都是一场深度交互,一下点击,服务需求极速办理。

临柜无障碍,服务有温度。该公司依托2500余家服务网点,推出系列关爱举措:入门优先叫号,尊享VIP优先服务;摆放便民设施,等候自助取用;保留现金收费,尊重使用习惯;提

供专属陪同服务,手把手辅导老年客户使用柜员机、寿险APP等智能设备。

专线畅通道,服务更顺心。该公司在行业率先推出“一声直达、一键接人、一线即通”的老年客户数字化专项绿色通道,自动精准识别老年客户来电号码,提供专属语音按键菜单服务,设置老年专属服务技能组,提供慢、轻、柔等更适合老年人理解与生活习惯的服务及解决方案。

乡音享沟通,服务更舒心。该公司在行业率先提供“乡音”,在普通话人工服务基础上,以征得老年人客户同意为前提,通过全国互联互通技术,实现无感知转接,由老年人客户“乡音”特色方言坐席接续服务,消减老年人语言沟通不适,让表达与沟通更充分、更舒心。截至2022年4月,支持全国53种方言,为老年客户提供预约+主动联络服务。

留言优先联络,服务更主动。该公司开展95519“长者留言”主动外呼电话服务,每日关注95519客户服务专线留言记录和客户通过上行短信反馈诉求,优先跟进处理老年客户反馈问题,24小时内人工回复,满足老年客户服务需求,打造“晚美”服务体验。

线下温馨适老,线上智慧助老,中国人寿寿险公司将持续深挖老年人服务痛点,构建适老服务生态,缩小数字鸿沟,扩大“互联网+服务”版图,让老年客户享受更专属、更舒适、更便捷的智能服务体验,帮助老年人积极拥抱“智能+时代,银龄新生活”。

通讯员 卢立同

太平人寿山东分公司:第三届“吉象节·太平客户节”开幕

本报讯(通讯员 赵倩) 7月17日,中国太平第三届“吉象节·太平客户节”开幕。本届客户节以“美好生活,太平相伴”为主题,为广大客户打造了太平好少年、故宫手工坊、足球嘉年华、康养体验、1929私董会等全国性客服活动。同时,太平人寿山东分公司还将在客户节期间开展一系列极具属地特色的客户服务活动,如生涯规划、儿童剧巡演、亲子讲座及商企联盟等,通过搭建线上线下趣味性、互动性的活动场景,为客户营造沉浸式服务体验。

太平人寿聚焦少年的素质教育与“学习力”的提升,结合当下教育热点,将开展状元少年主题活动,为广大客户家庭提供“生涯计划”和“志愿填报”指导。暑假期间,太平人寿山东分公司将在全省推动“太平好少年——来太平探寻故宫秘密”活动,将故宫文化历史课程与亲子手工DIY有机结合,为客户家庭搭建亲子沟通交流的桥梁,和孩子一起在学中玩、玩中学,体验一场别开生面的故宫主题活动。

太平人寿山东分公司将举办“太平好少年——2022中国太平中国足球协会女子超级联赛足球嘉年华”系列活动,届时将有女足球星空降活动现场,与参赛球童互动合影,百名“太平好少年”们将通过这种特别的方式助威女超。

2022年,太平康养体验不断升级优化,全新康养体验活动火热启动——新增体验线路,提升服务体验,路线更多、体验更精、覆盖更广,给客户更多选择、更优体验。

太平人寿秉承“客户至上”经营理念,以客户为本,通过举办1929私董会高客活动,回馈高净值客户,为高端客户带来集圈层交流、专家论道、产品品鉴和服务体验为一体的精品活动,让客户切身感受到品质与深度并存的服务。

新华保险菏泽中支:少儿绘画:描绘多姿多彩“健康生活”

本报讯(通讯员 邵丹) 近日,新华保险菏泽中支第二十二届客户服务节欢乐起航,本届客服节以“健康中国梦 新华伴你行”为主题,将客户健康需求与保险行业融合,陪伴客户健康同行。新华保险菏泽中支秉持“请进来”+“走出去”双结合的活动方式,鼓励少年儿童拿起画笔,描绘他们心中多姿多彩的“健康生活”。

7月15日,新华保险荷

泽中支的工作人员走进菏泽大治国学幼儿园,向师生介绍该公司客服节活动,发放报名彩页,邀请校内100余名学生体验现场作画的乐趣。活动现场,孩子们以“我们的健康生活”为绘画主题,用画笔尽情描绘五彩斑斓的内心世界。充满童趣、独具特色的绘画作品展现了孩子们积极向上、热爱生活的精神状态。

未来三个月,新华保险

菏泽中支将打造“优客+”品牌工程,组织开展“健康、文化、服务”三大系列主题活动。积极响应国家“健康中国”战略,结合客户需求,邀请客户积极收听行业知名专家开展的“话说健康”专家课堂,普及健康知识和生活常识;面向社会公众开展“金融知识进万家”集中式消费者权益保护教育宣传,让金融知识走进千家万户。同时开展“真信息保权

益”客户信息安全守护行动,严格落实个人信息保护机制,帮助客户完善信息、整理保单,有效保障客户权益。

此外,“银发驿站智慧相伴”老年人关爱活动,“关爱环卫工人”社会公益等服务系列活动也在如火如荼开展中。通过内容丰富、形式多样的特色活动,为广大新老客户送去关爱,让客户乐享美好健康生活。

