



新华保险:

# 2022年“金融联合教育宣传活动”启动

本报讯(通讯员 邵丹) 人民银行、银保监会、证监会、国家网信办于9月1日至9月30日联合开展“金融知识普及月 金融知识进万家 争做理性投资者 争做金融好网民”金融联合教育宣传活动。

本次活动突出四个“聚焦”,包括聚焦重点人群,围绕“一老一小”、新市民等分层次开展金融知识宣传教育,弥补金融消费者的金融知识短板;聚焦金融常识,对消费信贷、个人信息保护、数字化金融服务、银行理财打破刚兑等涉及日常

生活的服务场景和高频事项开展教育宣传,提高金融消费者维护自身合法权益的能力;聚焦热点问题,针对非法吸存揽储、养老领域金融诈骗、电信诈骗、非法代理维权等侵害金融消费者权益和金融稳定安全的行为加大风险提示力度;聚焦跨越数字鸿沟,继续加大养老领域、涉老年群体金融知识普及,推动实现消费公平,切实解决老年人、残障人士等特殊群体在金融领域运用智能技术方面的困难。

新华保险高度重视,立即

行动,认真组织开展本次金融联合教育宣传活动,以金融知识普及及进一步提升公众金融素养,促进国民金融健康,共建清朗网络空间,涵养良好金融生态。

活动期间,新华保险将面向重点人群,聚焦重点知识、创新多元手段,使教育宣传受众更有针对性,知识普及内容更加丰富,教育宣传更加灵活。具体而言,新华保险将通过三方面实施。一、开展系列教育宣传活动,包括精心开展“金融知识面对面”“金融知识图文秀”“以案说险在身边”等系列

教育宣传活动,积极推进全民化的金融消费普及教育,并面向重点人群普及金融常识,同时通过发布系列金融知识普及卡通图文、刊发“以案说险”消费风险提示,开展“金融知识大咖讲”等形式普及金融知识,提示消费风险。二、广泛开展员工教育和宣传引导。面向公司员工,组织开展金融知识学习和警示教育宣讲,面向社会公众充分利用公司内报内刊和自媒体矩阵,发布金融知识教育宣传图文、视频等,借助外部权威媒体广泛宣传普及金融

知识,引导社会公众的认知。三、试点开展“金融知识公益行”专项活动。创新开展公益性、有特色、针对性强的“金融知识公益行”专项教育宣传活动,试点建立“金融消费者公众教育宣传区示范基地”,开展“金融知识,公益随行”教育宣传现场活动,打造具有特色的金融公益教育活动品牌。

新华保险将以本次“金融联合教育宣传活动”为契机,推进金融教育工作高质量发展,不断帮助金融消费者提升获得感、幸福感和安全感。

国寿寿险:

## 坚持“以客户为中心”,开创消保工作新局面

长期以来,中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿寿险”)山东省分公司始终坚持“以人民为中心”的发展思想,全力参与民生保障、增进民众福祉、服务社会大众,着力为广大客户提供专业、周到、优质的服务,倾情守护人民美好生活。该公司高度重视消费者权益保护工作,把消保工作与业务发展同谋划、同部署、同推动,通过健全体系、完善机制、营造环境等,推动消保工作提质增效,全力打造客户服务的亮丽名片。

### 完善机制,健全消保工作体系

中国人寿寿险山东省分公司始终坚持将核心理念融入公司高质量发展全过程,着力优化组织架构,持续压实各层级责任,不断完善升级消保服务体系。

该公司实施“一把手”工程,统筹部署抓关键,加强管控抓落实,提升处理客户投诉工作主体责任意识,明确消保以及投诉工作的重点部署和目标方向,推动精细化运营管理模式。着力加强制度约束,厘清机构内各部门消保工作职责边界,明确各项业务处理流程,构建权责明晰、顺畅高效的消保工作架构。

该公司完善消费投诉管理办法,印发客户投诉管理工作手册,明确了投诉处理机构设置与工作职责,流程及相关管理要求,确保投诉管理工作有制可依、有章可循,推动投诉管理制度化、规范化、标准化。坚持“快速响应、积极协调、跟踪督导、落实到位”的工作方针,优化处理流程,规范各环节操作要求,加强投诉数据分析通报,落实全链条闭环整改机制,重点发挥投诉工作联动机制和倒逼机制作用,不断提升客户体验。

前移工作关口,从对内到对外、从售后到售前、从治理到预防、从正向激励到反向约束,全方位、全流程落实消保理念。加强对客户诉求的回应,持续畅通消费者反映问题渠道,充分发挥95519客户服务专线、寿险APP作用,完善总经理接待日制度,多渠道宣传相关政策、聆听消费者诉求,及时回应消费者关切。

该公司加强消保和投诉条线专业队伍建设,不断夯实消保工作队伍基础。通过定期开展工作例会、预警沟通会议等形式,推动相关人员提升服务能力、服务水平。持续加大培训力度,强化培训训练通关,推动销售队伍和员工队伍增强服务意识。

### 聚焦重点,完善纠纷化解机制

中国人寿寿险山东省分公司持续聚焦销售、理赔等关键环节,扎实开展问题排查与整治,针对突出问题精准施策,妥善处理纠纷,切实维护消费者合法权益。

深入挖掘各层级、各单位、各渠道发现的侵害消费者权益的线索,加强调研分析,针对群众反映强烈的突出问题加大风险提示力度,充分发挥投诉大数据价值,构建投诉预警分析体系,细化监测指标,实施动态监控,及时预警风险。

强化协同力度,多元化解纠纷。推动各职能部门工作协同与信息互通,不断提升投诉快速处理能力。对于客户投诉,做到第一时间响应、紧密协同,大大提升了投诉处理效率。根据投诉情况、客户诉求,靶向施策、分类处置,采取多元手段化解投诉纠纷,推进投诉纠纷精细管理,确保治理方向准确、处置方案有效、解决措施合理。

### 强化宣传,构建和谐金融环境

中国人寿寿险山东省分公司严格落实《关于银行保险业数字化转型的指导意见》等文件精神,充分利用科技手段拓展线上线下教育宣

传渠道,丰富教育宣传场景,增强老年客户等特殊群体获得感和安全感。

增强对无网点地区及无法到达网点人群的服务覆盖及教育宣传,全面拓展金融保险教育宣传活动和金融服务范围,帮助特定区域的消费者“学金融、懂金融、用金融”。

对于投诉反映焦点、社会关注热点、新业态盲点等内容,加强风险提示,引导消费者树立理性观念,注意防范非法集资、非法放贷、金融诈骗等非法金融侵害行为。

该公司始终把依法合规、诚实守信作为经营原则,并将诚信融入企业文化建设,推动将诚信文化和消费者权益保护理念融入公司经营全流程。开展以案说险活动,通过典型案例,推动消费者不断提高风险防范意识和维权意识。

近年来,中国人寿寿险山东省分公司着力打造客户至上的服务文化,塑造“简洁、品质、温暖”的服务品牌,赢得了社会各界高度认可和广泛赞誉,先后荣获诚信金融品牌、山东金融业最具社会责任品牌、消费者信赖保险机构、最佳客户满意度保险公司、百姓信赖保险公司、最具影响力保险公司、最佳理赔服务保险公司等一系列荣誉。

通讯员 侯东玉

太平人寿:

## 获评“年度卓越数字寿险公司”

本报讯(通讯员 赵倩) 近日,2022第四届中国保险业数字化与人工智能发展大会暨“金保奖”颁奖典礼在上海举行,太平人寿凭借在数字化经营领域的长期实践与创新,荣获“年度卓越数字寿险公司”,科技工具“智能双录”荣获“卓越数字保险应用奖”。

太平人寿始终坚持“客户至上”的服务理念,依托多年积累的专业经营优势,在数字化经营、科技赋能方面持续发力,已培育出太平保宝、智能双录等一大批保险科技工具,逐渐形成以提升客户体验和管理效率为根本出发点,前后端有效联动、线上线下一体,产品、队伍、客户和场景高度联结,业务运行、营销推动、客户服务和科技应用深度融合的发展模式。同时,太平人寿科技自主研发能力不断增强,随着科技赋能业务逐步专业化,自主研发的“太平人寿保险销售行为可回溯系统(智能双录)”“智能管理平台”等多项科技成果已获得国家版权中心软件著作权认证。

今年上半年,全国疫情多点突发,多地经历居家办公,传统寿险服务模式受到极大挑战,作为一家总部在上海的寿险公司,太平人寿基于科技创新线上化工具的广泛应用,实现了线上销售和服务的“全场景”与“全流程”覆盖,为受疫情影响地区的工作人员及客户建立起各业务、服务环节的全流程线上化支持,确保疫情居家期间的业务不中断、服务不中断、办公不中断。

接下来,太平人寿将在集团提速科技创新总体部署下,进一步加大金融科技应用力度,推动公司科技赋能,健全智能化、便捷化的线上线下运营服务体系,为客户提供更加优质、便捷、高效的保险服务。

