

NCI 新华保险

疾病无情 新华有爱

## 新华人寿周口中支理赔迅速受客户赞誉



由于理赔迅速,恪守承诺,8月24日,客户胡先生家属向新华人寿周口中支赠送了“疾病无情、新华有爱”的锦旗。

2012年8月1日家住周口市川汇区的马女士为其丈夫胡先生在新华保险周口中支购买吉祥至尊两全(分红型)保险一份,保险金额5万元。然而天有不测风云,人有旦夕祸福,胡先生未曾料到不幸会突然降临到自己身上,他于2016年8月9日因突发疾病经医院抢救无效后身故。这种不幸对于每个家庭的打击都是巨大的,而又有谁能够给这个家庭带来雪中送炭式的关怀。

家中顶梁柱的倒下,给这个原本幸福的

家庭带来沉重打击。新华人寿周口中支理赔服务人员在接到报案后,在第一时间内安排人员赶赴投保人家中了解核实出险情况并进行慰问,在当场告知胡先生的家属应该提交的理赔资料。客户家属在2016年8月18日在处理完丧事之后向新华人寿周口中支提交了理赔资料。公司于2016年8月22日把理赔款104500.60元转入受益人的账户中。当新华人寿周口中支工作人员通知客户家属理赔结案,理赔款已经到账时,她惊讶于新华人寿的赔付速度和办事效率,潸然泪下说:“仅三个工作日!新华保险理赔就是快并且信守承诺,真是太感谢你们了。”胡先生家属也于2016年8月24日向我司赠送了“疾病无情、新华有爱”的锦旗。

保险虽然改变不了我们的生活,但是它能防止我们的生活被改变!通过这个案例使我深深体会到,我们虽然阻止不了意外的发生,但我们减少因意外带来的损失,以及保险对个人和家庭的重要性,同时也感觉到自己肩上的责任重大,要让身边每个朋友都拥有充足的保障,需要我们做的工作真是太多太多了。

(曾照杰)

太平洋保险 CPIC

太平洋寿险 95500 客服中心  
获 2016 年度中国呼叫中心最佳客户体验奖

8月11日,2016年中国呼叫中心行业峰会暨年度最佳呼叫中心颁奖典礼在北京举行,太保寿险95500客服中心荣获“2016年度中国呼叫中心最佳客户体验奖”。

该评选活动由国家级行业协会中国电子商会呼叫中心与客户关系管理专业委员会(CNCCA)主办,得到国家工业和信息化部支持认定,旨在表彰呼叫中心行业在客户体验、服务创新、运营管理、客户关系管理、营销管理、建设咨询等领域取得优异成绩的机构及人员,已连续举办十二届。经过为期四个月的严格初审、复审和入户测评,太保寿险95500客服中心在客户体验方面的卓越表现获得了评审组的一致认可。本次所获得的荣誉奖项不仅充分展示了公司近年来“以客户需求为导向”战略转型成果,也进一步提升了公司的服务品牌价值。

(太平洋)



## 中国保监会印发保险业标准化“十三五”规划

为贯彻落实《国务院关于印发深化标准化工作改革方案的通知》、《国务院关于加快发展现代保险服务业的若干意见》等有关文件精神,深入推进保险业标准化改革,确保“十三五”期间各项标准化工作的有序开展,中国保监会近日正式印发了《中国保险业标准化“十三五”规划》(以下简称《规划》)。

《规划》明确了“十三五”期间我国保险业标准化的三项重点任务:一是推进新型保险业标准化体系建设,加强全国金融标准化技术委员会保险分技术委员会(以下简称“保标委”的统一领导,发展团体标准,搞活企业标准;二是完善标准化工作机制,重点要在标准制定程序、标准实施推进和监督机制、国际交流合作等方面

面取得突破;三是优化标准体系,扩大标准供给。

《规划》具有四个突出特点。一是重视市场作用。坚持政府引导、市场驱动的原则,充分发挥市场在标准化工作中的资源配置决定性作用,支持发展团体标准和企业标准。二是发展目标明晰。提出到2020年基本形成完善的适应现代保险服务业发展要求且具有中国特色的保险标准体系的总目标。三是标准供给重点突出。着力扩大车联网、电子签名、遥感等新技术在保险领域应用标准的供给,加强公司经营管理标准制定,加大信息化及基础设施标准建设。四是保障措施有力。提出要在组织领导、沟通协调、宣传推广、人才培养等方面给予保障。

《规划》还要求,保监会机关各部门要从各自业务条线出发,积极提出监管业务标准需求,推动标准贯彻落实,各派出机构要统筹做好辖区标准化贯彻落实、督促检查工作;保标委负责组织保险业国家标准和行业标准的制(修)订等工作;各保险机构、保险专业中介机构要发挥好市场主体作用,积极承担和参与保险标准制(修)订工作,切实加强保险标准应用实施;行业各信息化基础设施建设运营单位要大力推动标准落地实施,促进信息共享;中国保险行业协会等社会组织要积极开展团体标准试点等工作,承接做好市场主导类标准制定任务。

(上证)

展示实力和形象的舞台  
联系群众和客户的纽带 第166期

金融  
保险  
周口晚报 13903947963  
周口保险协会 0394-6171223

中国平安  
PINGAN独家保障 2016 上海国际马拉松  
中国平安持续打造健康生态圈

8月25日,2016上海国际马拉松赛新闻发布会沪成功举办,标志着2016年上海国际马拉松赛事(以下简称上马)的相关工作正式启动。作为2015-2018上马唯一保险赞助合作伙伴,中国平安将持续为本次参赛运动员、赛事工作者以及沿途观众提供全方位保险保障。此外,中国平安还将开展系列健康生态圈活动,倡导健康新生活理念,并积极践行社会公益。

## 一揽子风险解决方案 45000人享保险保障

随着近年来马拉松运动在国内蓬勃发展,城市马拉松赛事也呈井喷式增长。研究发现,全民马拉松热潮下,各种风险却层出不穷,其中猝死高发甚至威胁着所有跑友的生命安全。据悉,作为2016上马唯一保险赞助合作伙伴,中国平安将为本次赛事提供最全面的一揽子风险解决方案,旗下平安产险将为本次参赛的38000名马拉松选手及近7000名赛事工作人员提供全方位的保险保障和志愿者服务。

据悉,在上马官方APP商城推出的“平安马拉松路跑保险”产品,将专门为跑友跑步运动中引发的心脏骤停至猝死和个人意外风险保驾护航,打造“24小时”全天候贴心保障。此外,平安“马拉松天气指数保险”也即将面世,该产品则可为赛事期间的恶劣天气造成体验不佳和危险进行补偿。

## 携手上马公益

## 提升 114 所希望小学体育教育水平

随着马拉松运动的日益普及,健康运

动,快乐生活的理念在跑者之间不断传递。然而,在偏远地区的乡村学校,孩子们却因缺乏专业的跑鞋、运动器材以及运动场地,却得不到正规的体育锻炼。据悉,今年,中国平安将与上马公益首次合作,通过上马APP募集公益资金,为114所偏远地区的平安希望小学捐助体育器材,完善学校的体育硬件设备,让贫困山区的孩子们能够和城里的孩子一样,感受体育运动带给他们的快乐。

同时,中国平安还将在34所平安希望小学开展体育支教活动,通过对小学老师和志愿者进行专门的体育培训、开设相关体育课程及举办足球冬季训练营,全方位提升偏远地区学校的体育教学水平,培养孩子们的体育热情,帮助他们更好的进行体育锻炼。在支教过程中,中国平安和上马公益还将选取有意愿的公益跑者家庭,跟随支教志愿者一起走进希望小学,与孩子们进行体育互动,并代表上马组委会献上爱心。

近年来,中国平安在非传统金融业务上进一步加速,将金融服务融入客户“医、食、住、行、玩”的生活场景和需求,通过传统与非传统齐头并进,从“管理财富、管理健康、管理生活”三个维度切入,给予客户全方位的关怀,而打造健康生态圈正是中国平安对于客户健康关注的体现。据了解,为了让更多跑友参与上马,中国平安还将组织丰富的健康圈周边生态活动回馈大众,为广大跑友提供参赛名额。详情可关注中国平安官方微博和微信公众号。

(张凉草)

太平洋保险 CPIC

中国太平洋保险集团  
名列 2016 上海百强企业第 4 位  
较去年提升 2 位

8月25日,上海市企业联合会、上海市企业家协会、上海市经济团体联合会共同发布“2016上海企业100强”榜单,中国太平洋保险集团排名第4位,较去年提升2位,这是自2006年以来公司连续第11年入围该榜。

2016上海企业100强以2015年度营业



## 从泰康看保险业互联网转型

近几年来,以移动互联网(物联网)、大数据、云计算、人工智能为代表的新技术革命对于传统行业影响逐渐深入,金融、医疗、养老等行业都在积极推进自身数字化转型以应对外部挑战。“所有的传统产业都要不同程度地来拥抱互联网,互联网的核心是一切连接,体验变了,效率提高了。”泰康人寿董事长兼CEO陈东升认为,“互联网改变保险业,只是一个时间的过程,一个温水煮青蛙的慢过程。”

早在2011年,泰康在业内率先实现投保、保全和理赔全程电子化创新服务,通过笔记本电脑、IPAD等移动终端设备,客户投保、审核、承保的流程在15分钟内可以全部完成,而这只是泰康技术引领创新,让客户来到线上的第一步。

2014年,陈东升董事长在泰康的业务最高盛会“世纪圣典”上振臂一呼,“以左手抱右手,用互联网精神和技术加快营销员向专业化转型,让保险在大数据时代更加便捷和实惠。”2014年5月22日移动互联和大数据团队正式成立。

泰康敏锐的意识到新时代变革带来的重大机遇,第一时间组织专业技术团队搭建了基于手机的移动化平台,开发了业内领先的系列创新保险产品和服务,迅速实现了咨询、投保、保全、回访、贷款、理赔的全流程移动化。截止2016年5月底,泰康人寿微信公众平台关注人数近700万,绑定客户近300万,微信投保率在70%以上,微信理赔率达95%,领先同业。

收入作为唯一评选指标,入围门槛为30亿元,中国太平洋保险集团以2472.02亿元上榜。榜单前3位的企业分别是上汽集团、交通银行和浦发银行。此外,中国太平洋保险集团在同日揭晓的“2016年上海服务业企业100强”中排名第3位,较去年提升1位。

(太平洋)

借助微信平台,泰康在公司、营销人员和客户之间建立了点对点、端对端的连接渠道,让大家从线下来到线上,同时强化粉丝经营,加大沟通互动的频次,提升交互内容的质量,增加客户粘度和泰康对客户的理解,为后续大数据分析提供数据来源,为销售一线提供更精准的预测信息。

2016年初,全球著名咨询公司 Celent 面向亚洲金融保险行业举办的大数据领域优秀保险公司评选结果揭晓。泰康人寿“大数据营销支持项目”凭借先进的大数据设计思维和有推广价值的实际应用效果,在亚洲几十家保险公司参评项目中脱颖而出,被授予“2016年度亚洲保险公司数据分析典范奖”,成为中国(内地)唯一一家荣获该奖项的保险公司。泰康人寿“大数据营销支持项目”获2016年度亚洲保险公司大数据分析典范奖。

此外,泰康还将语音大数据分析应用于业务一线,通过电话销售过程中的语音,分析客户特征,推送给营销员,用几十万条信息支持了数千位业务员更高效的展业,直接促成数千万保费。这两例应用使得泰康成为保险业内率先将大数据应用于业务实践的公司。

在未来两到三年内,将通过泰康云建设,逐步形成泰康主题云对外服务输出的能力,不仅面向集团内提供服务,同时对生态体系内的企业,以大健康为主题提供泰康云服务,成为集团大健康战略核心竞争力的重要组成部分。

(泰康)