



## 富德生命人寿周口中支 第十一届客户服务节开幕

夏之花具有绚丽繁榮的生命,它们在阳光最浓烈饱满的夏季开放,诠释着生命的辉煌与激情。在这火热的夏季,富德生命人寿周口中支“夏之花”第十一届客户服务节悄然而至。客服节是富德生命人寿服务客户、回馈社会的集中体现,本届客服节于 7 月 1 日开幕,将在 7 月 1 日到 8 月 30 日两个月的时间内,围绕“家庭”、“健康”、“公益”三大主题开展一系列精彩纷呈的线上、线下活动,配合客户服务提升项目以及“7.8”保险公众宣传日主题活动,在延续传递“心手相连?生命有爱”这一不变主题的基础上“务实创新、真情服务”,全面提升富德生命人寿的服务品牌形象。

富德生命人寿“夏之花”第十一届客户服务节已正式拉开帷幕,本次客服节富德生命人寿周口中支将为客户专属定制以下几个活动:为少儿提供一个展示自身才艺的大舞台而举办的少儿才艺比赛、以“家庭、健康、公益”的理念开展的健康户外活动、生命公益健步行和全民健身广场舞活动,让健康运动的方式传递积极向上的生活方式,让每一位新老客户参与其中,乐在其中。富德生命人寿“夏之花”第十一届客户服务节已正式拉开帷幕,本届客服节特别为 3~12 岁的小朋友开展“小小牙卫士”线上儿童牙科有奖知识竞赛活动,爱护牙齿从小做起,

让每个小朋友都成为牙齿的保护者!在客服节期间,客户只要拥有一部智能手机,关注微信公众号“富德生命人寿在线”(S95535),在客服节专区点击“参与竞赛”,即可参与“小小牙卫士”有奖知识竞赛活动。答题得分在 80 分以上即有机会获得精美礼品。小小牙卫士,答题拿大奖,快快行动吧!

在富德生命人寿微信公众号“S95535”以及云服务 APP、E 动生命 APP 上设立了精彩有趣的线上活动:在云服务 APP 及 E 动生命 APP 上设立了“健康 go go go”活动,利用每日的步数积分便可兑换商城礼品;在“富德生命人寿在线”(S95535)公众号上设立了“绿色生命”及“小小牙卫士”活动,绿色生命活动中上传“变废为宝—环保公益手工创意作品”网上集赞即可参与评奖,同时传递公益环保的理念;“小小牙卫士”,每天参与牙健康答题就有机会参与抽奖活动,惊喜不断。除了丰富的礼品活动外,老客户还可享受代驾服务、网上就诊以及免费补发保单服务。

举办客服节期间,将通过客服节的一系列活 动,感恩客户,回馈周口新老客户,用全新的服务体验提高客户满意度和社会知名度和社会影响力。(生命)



## 恒大人寿周口机构 积极开展“7·8 保险公众宣传日”活动



7 月 8 日,在第五个全国保险公众宣传日之际,恒大人寿周口机构围绕“远离贫困,从一份保障开始”的年度活动主题,积极开展了一系列保险公众宣传活动。

“你的一小步,公益一大步。”7.8 公里扶贫公益跑,恒大人寿与你同行!7 月 8 日早上 7

点,恒大人寿周口机构 7.8 公里扶贫公益跑活动在外贸大厦楼下准时开启,24 名内外勤统一着装,奔跑在保险扶贫的道路上,通过“咕咚 app”捐赠公里数,为河南扶贫公益贡献力量。活动也吸引了部分晨跑的市民积极参与,与我们的保险从业者共同为保险扶贫项目捐赠跑步里程数,将爱心和善举传递到最需要的地方。

同时,在滨河路活动广场,恒大人寿通过摆放咨询台、发放“远离贫困,从一份保障开始”小彩旗和气球、组织填色卡活动等方式,为社区群众和保险消费者提供优质、贴心的保险咨询服务,拉近保险与公众的距离。

恒大人寿将持续开展主题为“远离保险,从一份保障开始”的保险公众宣传活动,希望通过我们的努力,让广大社会公众有更多机会接触保险、了解保险,让保险为更多家庭的幸福保驾护航。

(艳峰)



## 太平洋寿险豫东分公司周口区域 开展“7·8 保险公众宣传日”活动



时值第五届“7·8 全国保险公众宣传日”之际,太平洋寿险豫东分公司周口区域积极响应保险行业协会及上级公司号召,带领各支公司贯彻保险“五进入”理念,用饱满的热情开展了以“远离贫困,从一份保障开始”为主题的系列宣传活动。

7 月 8 日 9 时,太平洋寿险周口区域 100 余名内外勤伙伴,精神抖擞齐聚南广场,拉起横幅,举起旗帜,身着印有“7·8 全国保险公众宣传日”标识的 T 恤衫,站在了“7·8 保险扶贫公益跑”起步线上。大家头顶烈日,挥汗如雨,全力以赴,奋勇争先,彰显了太保人坚持不

懈、不断进取的精神,同时也鼓励更多的人通过健康的方式来传递保险理念,展示积极向上的行业形式。活动结束后,太保团捐赠里程数近 700 公里,用自己的实际行动为扶贫事业积极贡献自己的一份力量。

“7·8 全国保险公众宣传日”期间,周口区域各支公司也纷纷组织营销队伍开展宣传活动。据悉,周口区域共有 5000 余名营销人员,冒着炎炎烈日走上街头,开展“远离贫困,从一份保障开始”宣传活动。其中淮阳支公司 386 人、项城支公司 450 人、商水支公司 89 人、沈丘支公司 826 人、太康支公司 402 人,川汇支公司更是全员出动。他们深入田间地头,来到街道小区,走进机关单位,积极宣传保险知识,引导群众树立科学的保险消费观念,并开展免费体检、赠送保障的服务,充分展示了太平洋保险公司的实力和员工较高的职业素养。

2017 年 7 月 8 日是第 5 个全国保险公众宣传日。自 2013 年,中国保监会将 7 月 8 日定为全国保险公众宣传日,每年的“7·8”就成为保险行业普及保险知识、倾听公众心声、提升服务品质、塑造行业形象的重要载体。太平洋寿险周口区域已将“7·8 保险公众宣传日”延伸为保障公众宣传月,努力普及保险知识、倾听公众心声、提升服务品质、塑造公司形象。接下来,各家机构将继续通过在网点设立咨询台、组织营销团队走进社区、村头进行宣传等形式,向广大人民群众进行保险知识、主要产品和服务特点介绍,同时就风险提示以及保险市场热点问题解析等内容向公众进行普及,让群众了解保险在日常生活中发挥的经济补偿功能,提升整个行业的社会影响力。(张翼)



## 62%医疗险系统自动处理 新华保险快赔再升级

日前,吴女士因胆结石住院花费 7636 元,业务员上门帮她进行移动理赔,让吴女士没想到的是,半小时不到,她就收到结案通知短信,保险公司理赔了 4989 元。吴女士兴奋地说:“现在的科技真是太先进了,没想到理赔现在这么方便。”

在吴女士感慨的背后,实际上是新华保险对理赔技术的不断创新与应用。

2011 年,新华保险自主研发的智能自动理赔技术正式上线,这项技术使 62%的医疗险理赔案件不再需要经过传统的理赔流程处理,客户提交理赔资料后,理赔系统根据资料与核定规则自动匹配,便可直接在系统中跳转至结案,保险金自动支付到客户的账户上。

技术提速源于对极致服务体验的不断追求。新华保险在“回归保险本原”的战略转型中,不断从客户需求出发,打造“快理赔”

服务体验。2017 年 5 月,新华保险的智能自动理赔技术从 3000 元以下医疗险扩展至 5000 元。2015 年保监会发布的《保险小额理赔服务指引(试行)》规定:个人医疗险小额理赔金额为 3000 元以下,新华保险高于同业标准要求。

客户提交理赔数据后,系统实现全自动处理,快速结案。扩展后,医疗险理赔时效提升 33%,全年将有超过 15 万名客户受益。

技术提速源于对极致服务体验的不断追求。新华保险在“回归保险本原”的战略转型中,不断从客户需求出发,打造“快理赔”服务体验。2017 年,新华保险开启了一系列理赔提速,本次服务升级标志着一个新的开端,未来五年,新华保险将加大自动理赔技术研发力度,打造行业领先的快理赔服务。

(新华)



## 泰康集团客户体验节聚焦“大健康”

7 月 7 日,在保险公众宣传日前夕,泰康集团宣布 2017 客户体验节正式启动。这是泰康集团化改组以后,首次整合旗下各子公司开展客户体验的重大活动,旨在协同保险、资管、医养各业务板块,力图为客户提供更安心、更便捷、更实惠的综合保险金融和大健康服务。本届客户体验节将从 7 月延续到 9 月。

据了解,在集团化改组以前,泰康人寿、泰康养老等子公司分别设有各自的客户服务节,此次集团设立统一的客户体验节,一是整合内外部资源,提升运营效率;二是将公司角度的服务升级为客户视角的体验,更好地践行泰康集团“以客户为中心”的理念,真正将客户的体验作为衡量的标尺。今年年初,泰康集团启动“诚信经营与客户体验”一号工程,董事长兼 CEO 陈东升亲自挂帅,总裁兼 COO 刘经纶牵头具体执行,为系统化提升客户体验提供组织和资源保障。有评论认为,这充分表明了泰康集团将客户体验优化作为长期重点工作的决心和力度。

2017 客户体验节启动仪式上,泰康集团宣布正式聘任 9 名首席体验官,他们分别是各业务板块的客户、准客户,以及法律、媒体等方面的专家,将立体化、多视角地为泰康提升客户体验献计献策。6 月起,泰康集团在官方网站及官方微信号等多种渠道,广泛面向客户和社会公众招募首席体验官,共收到近万人响应。为鼓励体验官表达意见,泰康集团除提供丰富的体验产品服务、开放内测资格外,还提供直达 CEO 和 COO 的意见通道。泰康集团表示,希望首席体验官成为公司服务举措的监督官、优化客户体验的外脑,以及

公司与客户间沟通的纽带。

在客户体验节期间,泰康集团以“尊重生命 全心为您”为主题,6 家子公司及集团高客部根据业务特点,分别基于对客户需求的洞察,推出七大匠心服务举措。这些举措既各具特色,逐一击破客户体验的痛点,又相互协同,优化客户贯穿保险、资管、医养等综合场景的金融服务消费体验。

保险板块,针对客户寿险保障范围和车险理赔时效两大需求,升级服务举措。泰康人寿推出重疾险病种升级服务,针对曾经购买过泰康重疾险的客户(原重疾险病种范围低于 42 种),公司将免费升级至 42 种,大大提升健康保障范围。升级理赔服务,重疾先赔,小额快赔。重疾先赔采用康乃馨探视加移动服务平台前置服务模式,让病者在住院期间即可获得理赔款;小额快赔,让低于一万元小额赔款从申请至支付最快五分钟结案,让理赔更简单、更方便、更快捷。而对车险客户来说,泰康集团的另一家子公司——泰康在线则推出了“万元闪赔”。当车险客户出险后,登录泰康在线微信平台,拍照并上传,泰康在线通过人脸识别和 OCR 识别,进行自动理赔,与客户共同确认金额后,万元以内赔款能够实现极速闪赔。

在客户体验节启动仪式上,泰康集团董事长兼 CEO 陈东升表示,泰康集团定位于为日益增长的中产人群及家庭提供全方位健康和财富的管理与服务,就是要“从摇篮到天堂”,让保险更安心、更便捷、更实惠,让人们更健康、更长寿、更富足,让泰康成为人们幸福生活的一部分。(泰康)



## 国华人寿周口中支 开展“7·8 保险公众宣传日”活动



7 月 8 日,是我国第五个全国保险公众宣传日,为深入贯彻保险公众宣传工作,弘扬保险行业核心价值观和行业文化,在周口市保险行业协会和分公司的统一安排和部署下,8 日上午国华人寿周口中支展开了一系列活动。

今年的全国保险公众宣传日活动,主题为“远离贫困,从一份保障开始”。此次活动时间从 6 月份就已经开始筹备了,主要分为

“7.8 公里扶贫公益跑”、“保险为生活添色彩”、“保险五进入”等几部分。希望借助本次活动的开展,展现保险行业积极致力于社会公益事业,履行企业责任,服务社会民生的品牌形象,同时向社会大众宣传保险知识、普及保险要素树立了良好的口碑。

此次活动,除了公司全体内勤参加扶贫公益跑活动,在公司大职场还设置了“保险为生活添色彩”大型填色墙,公司的内外勤员工都可以在填色墙上留下自己喜欢的色彩。

任何时期的业务发展,合规经营是前提,是重中之重。结合新形势下监管对行业提出的要求,结合公司自身业务发展的需要,利用好这次“7·8 公众宣传日”活动,我们在公益跑活动结束后开展了对民众反洗钱宣传,并及时上报人行,得到了人行领导的高度赞扬。

“7·8 全国保险公众宣传日”已成为保险业普及保险知识、倾听公众心声、提升服务品质、塑造行业形象的重要载体。做好保险公众宣传工作,也能够提高全社会的保险意识,提升保险行业形象,让保险更好更深入地服务全社会。(国华)

展示实力和形象的舞台  
联系群众和客户的纽带

第 207 期

金融  
保险

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