

浅议保险服务创新

左小川 任 智

(保险职业学院, 湖南 长沙 410114)

[摘 要] 我国保险业尚处于发展的初级阶段, 服务问题仍然是制约行业全面协调可持续发展的一个突出问题。面对激烈的国际国内竞争, 中国保险业必须充分认识到进一步推动服务创新的重要意义, 只有不断的创新才能增强自身的竞争力, 才能在保险市场上占有一席之地。

[关键词] 保险服务; 问题; 创新

[中图分类号] F84

[文献标识码] A

[文章编号] 1673-1360(2010)05-0050-03

[Abstract] China's insurance industry is still in the initial stage of development and service problem is still an outstanding problem which restricts the comprehensive and sustainable development of the industry. Facing the intense competition at home and abroad, the insurance industry in China must fully realize the importance of further promoting the service innovation. Only by continuously innovating can we enhance own competitiveness and play an important role in the insurance market.

[Key Words] Insurance service; Problem; Innovation

保险属于特殊服务行业, 它较一般的有形商品销售服务性更强。保险经营表面上买卖的是一纸合同, 其实质交易的却是一种服务。服务贯穿于整个保险活动中, 保险人与被保险人之间的主要关系就是服务与被服务的关系。在当今激烈竞争的保险市场中, 一个公司为了取得成功, 不仅需要较高的品牌声誉, 为客户提供满意的产品, 打造优秀的工作团队等等, 同时还必须具备卓越的客户服务, 因为没有客户就没有公司。

一、目前保险服务存在的主要问题

(一) 服务理念存在偏差

大多少保险从业人员, 一提到保险服务, 反映在脑海里的便是向保险客户提供满足其保险需求方面的种种服务, 而且是基层公司一线业务员工所提供的服务, 其实这种不全面的认识, 导致内部机构的合力没能充分发挥, 未将客户服务作为与业务发展同等重要的工作来抓。缺乏“服务就是市场、服务就是资源、服务就是效益”, 未能树立

“向服务要客户、向服务要业务、向服务要发展”的全员服务市场理念。

(二) 客户关系管理存在不足

人们对保险需求的个性化需求决定了保险产品需求的多样性, 但保险产品很容易被“克隆”, 因此保险产品同质化现象比较严重。实施客户关系管理使得保险公司能及时准确地把握客户需求, 抢先一步开发和推广新产品, 获得竞争主动权。但由于保险公司在思想认识和制度执行方面存在缺陷, 没有严格执行客户投保信息核实制度和承保客户回访制度, 导致原始信息采集不真实、补录更新不及时等问题, 没有在保险机构与客户之间形成有效信息联络和管理机制。这不仅使保险客户难以获得保险机构的增值服务, 形成保险机构与客户之间的良性互动机制, 而且会直接影响保险机构承保理赔的工作质量, 导致客户对保险机构的信任度下降, 引起保险机构与客户之间的纷争和合同纠纷。

(三) 销售环节存在误导

作者简介: 左小川(1981—), 女, 湖南岳阳人, 保险职业学院商业保险系讲师, 主要从事保险、营销方向的研究。

任 智(1977—), 女, 湖南长沙人, 保险职业学院讲师, 主要从事社会心理学与保险营销心理学方向的研究。

保险投诉现在已成为社会消费群体的一个投诉热点,保险条款也被很多人指责为“霸王条款”。消费者反映条款晦涩难懂,代理人讲解避重就轻,对费用的扣除只字不提,对保险收益只讲高的,不提收益低的年份,等到客户索赔、退保或领取投资收益时,才发现实际情况与购买时代理人解释的不一样,从而产生受骗的感觉,严重地影响了保险业社会形象。

(四)理赔服务效率低下

当今大多数被保险人都有这样的感想:“投保容易理赔难”。由于保险商品的特殊性,保险公司要想比较准确地掌握保险标的风险状况和实际受损程度,防止可能出现的索赔欺诈,不仅需要投入一定的人力物力进行查勘定损,而且要求被保险人提供相应的证明材料,因而从保险事故发生到保险公司实际赔付,客观上需要一个过程。但是由于保险公司理赔流程设计不当,导致手续繁琐、过程复杂,耗费被保险人的过多的时间和精力,增加索赔的有形及无形成本,从而产生过高的索赔成本。理赔服务效率低下会直接导致客户的流失,而流失一个客户会连锁反应到更大范围的客户群。因此,提高理赔服务效率已成为保险公司的当务之急。

(五)保险服务技术投入和基础设施不足

目前,国内保险机构业务快速发展,而与之相适应的售后服务、保险机构的基础设施等建设却明显滞后。以网络保险服务为例,目前,我国境内保险公司中大都有了自己的网站。而开展网络直销服务业务的却并不多。即使开通的网络直销,但是在这些公司的网络直销平台上缺乏网上购买保险所需的配套服务,能够完整地提供个性化订制保险方案、在线试算合适的保费规模、保险产品比较三项服务的保险网络直销平台一个也没有;所有的保险公司的自建直销平台都不能提供保险产品比较服务。由于配套服务的不健全,在网上购买保险面临着诸多不便,也在一定程度上影响了消费者对于网上购买保险的热情。

二、保险服务创新的手段

(一)树立全员服务的理念

建立全员为客户服务的理念,改变“客户服务单纯是客户服务部门的事”这一局面。在传统式、

功能性、基础性服务的基础上,将产品开发、销售服务、理赔服务、保单服务、收展服务等均纳入客户服务的范畴,丰富客户服务的内涵,发动全员,通过脚踏实地开拓市场,通过严格业务管理流程,落实细节性管控举措;通过优质周到的贴心服务,采取多项便民措施;通过公平公正的市场竞争手段,坚持依法合规经营策略,去赢得市场的主导地位;通过强有力举措的实施,去逐步扩大客户群体,铸就自身的知名品牌。全员为客户服务,说到底就是上级为下级服务,领导为员工服务,内勤为外勤服务,但最终统一到全员为客户服务的这一根本宗旨之上,只有这样,保险经营企业才能在广大客户心中生根开花,也只有这样,保险经营企业才能在激烈的市场竞争状态下,永远立于不败之地。

(二)实现客户关系管理战略转型

首先,按照审核、回访、确认等三个规定程序,对保险客户信息进行把关。通过严格执行核保规程和把握承保条件,重点核实告知类信息的基础性和真实性;通过100%电话回访和有选择上门回访,重点掌握联络类信息的快捷性和准确性;通过新保客户的拜访和理赔客户信息的确认,重点了解动态类信息的及时性和完备性。其次,研究各类保险产品承保条件与保险客户信息提供的内在联系,通过制订相应客户信息管理办法,消除客户的思想顾虑,形成供需双方信息交流、相互对称的客户信息管理规定,为客户信息保密提供制度保障。再次,开展保险客户市场细分,发掘保险产品和服务的市场潜力,通过研发产品、组合销售、延伸服务和增值服务等创新举措,充分满足客户保障需求并进行持续开发,形成保险机构立足当前、着眼未来的客户关系管理战略,为客户目标市场拓宽发展领域。最后是深度开发,加快建立保险客户关系管理系统。积极推行保险客户关系管理经理制度,及时更新软件升级系统,扩充客户信息资源容量;运用展业、理赔两种联络方式,加强保险机构与客户之间经常联系,征求改进客户服务工作意见,从内强管理和外树形象两个方面改变客户关系管理被动局面,最终实现客户关系管理战略转型。

(三)杜绝销售误导行为

由监管部门增加执法力量、设立专门的销售

误导执法部门,加大对销售误导投诉案件的查处力度,不得让保险公司以“家法”处理销售误导行为,实行违规人员“黑名单”制度并向媒体分布;加大对中高阶管理人员的资格审核,提高销售人员的从业门槛,限定一定时期内从业人员的流动次数、阻止过度流动;探索建立科学的保险公司服务评价体系和相应的评级制度,将考核评定结果面对社会公布,并与保险公司的机构扩张、产品准售、队伍规模等的审批挂钩。通过这些严格的措施,加大保险公司及其销售人员的违规成本,从而减少销售误导行为的发生。

(四)重组服务流程以提高理赔效率

理赔难是保险业存在的一个老大难问题,也是大部分客户不愿意投保的症结之所在,称得上是阻碍保险业发展的桎梏。不可否认,不少公司也为此下了很大的功夫去研究、去探索,虽然也取得了一些成效,但与客户的要求和期待相比,还相差太远。笔者认为可以从以下三个方面进行改进:第一,重组服务流程,例如,在理赔工作中,由事后核查向事中事前核查转变。目前,理赔核查的模式是客户出险后将治疗或其他相关资料收集完整交到理赔部门后,理赔人员参照资料才开始核查。这样会就造成大量时间上的浪费。所以应该考虑将事后的核查向事中甚至事前核查转变,这样既提高理赔速度,也便于公司管控风险。第二,利用“双向追究制”限时给付加快理赔速度。“双向追究制”就是对每一个案件建立《赔案流转登记表》限定每一环节的滞留时间,赔案从营销员到理赔人员,再到营销员的每一个环节,都要认真登记签字。无论是内勤还是外勤,谁超出规定的时间都要严格追究责任,让客户在出险后享受到寿险公司迅速、快捷的理赔服务。第三,以技术更新提高理赔服务效率。通过新技术的引用来提高理赔速度。例如,在理赔工作中,对从接案受理到理赔处理、调查取证、复核审批、结案归档几个环节中,可以采用影像资料流转的形式,将所有资料以报案编号为条件进行扫描后,对原始材料暂存或直接归档。这样,不但保证了原始资料的安全,也极大地提高了工作效率。

(五)充分运用客户服务的现代技术手段

保险客户服务作为社会经济生活的一个方面,必须与时俱进,充分运用现代科技的最新成果,不断充实服务的内容,提高服务的科技含量,使之插上科技的翅膀。例如,有些保险公司采用GPS全球卫星定位系统进行查勘调度,以保证查勘定损服务的及时、到位。但是,仍然有相当一部分保险公司舍不得在服务设施方面投入资金,令保险服务水平难以提高。建议保险公司进一步开发和完善网络保险系统,实现网上查询、咨询、投保、理赔等服务功能同时,逐步推行异地办理续期交费、保单保全、退保、理赔;开发短信服务交换平台系统,实现业务员和客户输入相应信息就能索取其需要反馈的信息,使短信成为联系客户、业务员、公司三者之间互动的桥梁和纽带;建立个性化的短信服务平台,在短信服务方面,增加险种宣传、续期交费通知、催缴费通知、续保划帐不成功通知、保单失效告知、生日祝福、亲情问候、节日友情提示和理赔领取通知、产品说明会客户邀请等内容,围绕公司重大活动、传达公司信息、转达荣誉祝贺等;整合现有资源,积极进行开发和技术升级,把客户服务热线电话建设成为功能强大、技术先进、服务完备的服务和展业平台。

(六)建立健全服务质量考核、评价体系

保险公司应逐步建立健全服务质量的内部考核、评价体系,建立更加方便、高效的消费者投诉咨询渠道和解决机制,及时处理消费者反映的问题,通过制度促进服务质量的改善,使公司对服务的重视从口头上落实到实际操作中。

总之,当今社会服务决定企业的竞争力已成为不争的事实。服务对于发展与客户的长期关系具有重要意义,企业想要成功,就要研究创新战略,向客户提供完整和富有创见性的服务体系。

[参考文献]

- [1] 何平和,孟宪玲.论保险服务的质量标准[J].中国市场,2007(1)
- [2] 孙成聚.大力发展责任保险服务构建和谐社[J].中国保险,2007(12)
- [3] 李靖华,徐永丽.我国保险业服务创新现状分析——基于浙江省调研[J].技术经济,2008(6)

(责任编辑:何厚发)