



中国人寿财险战略文化与品牌内涵传播课程

汇报人：

2024-07-19



目 录

01

战略文化推进与
公司发展规划

02

品牌内涵与传播策略

03

凝聚文化共识与
团队建设

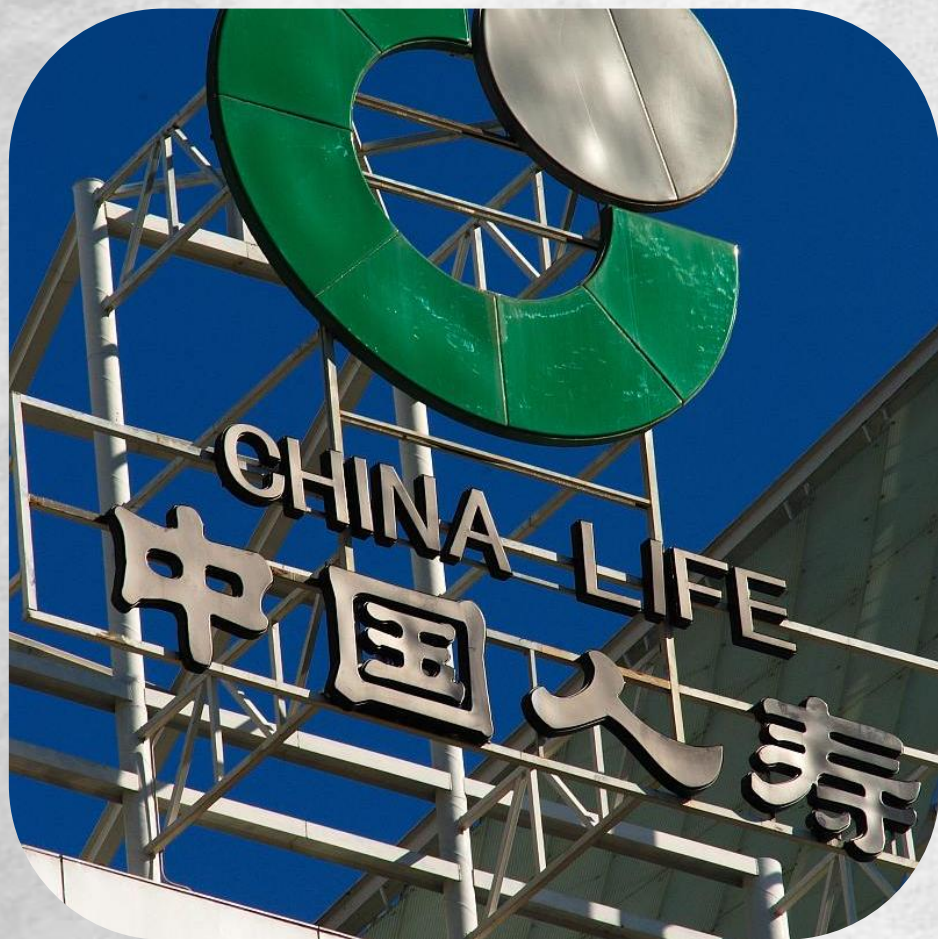
04

突出“软实力”特色与竞争优势

PART 01

战略文化推进与公司发展规划

战略文化核心理念解读



● “成己为人，成人达己”的理念

中国人寿财险的战略文化核心理念是“成己为人，成人达己”，即通过不断发展和完善自己，更好地为他人服务，实现共同成就。

● 客户至上的服务观念

公司坚持以客户为中心，致力于提供高品质的服务和保障，以满足客户需求为首要任务。

● 持续创新的发展思维

面对不断变化的市场环境，中国人寿财险始终保持创新精神，不断探索新的业务模式和服务方式。

公司发展规划及目标设定

短期发展目标

优化业务结构，提升服务质量，加强风险管理，实现稳健经营。

中长期发展规划

在短期目标的基础上，进一步拓展市场份额，提升品牌影响力，加强科技创新和人才培养，实现可持续发展。

目标设定原则

符合公司实际情况、市场趋势和国家政策导向，确保目标的科学性和可行性。



战略部署与关键举措

加强组织领导和团队建设

完善组织架构，明确各部门职责，加强团队协作和执行力。

01

02

推进科技创新和数字化转型

利用先进科技手段提升业务处理效率和服务质量，推动公司数字化转型。

深化市场拓展和品牌建设

加大市场推广力度，提升品牌知名度和美誉度，增强公司竞争力。

03

04

加强风险管理和合规经营

完善风险管理体系，确保公司业务合规稳健发展。



文化共识对于企业发展的重要性

01

提升员工凝聚力和归属感

通过传播战略文化，使员工对公司的发展理念和目标产生共鸣，从而增强凝聚力和归属感。

02

促进企业与社会和谐发展

企业的战略文化不仅影响内部员工，也向社会传递着企业的价值观和责任感，有助于提升企业形象和促进社会和谐发展。

03

推动企业持续创新和发展

战略文化中的创新精神能够激发员工的创造力和探索精神，推动企业不断进行创新和发展。

PART 02

品牌内涵与传播策略

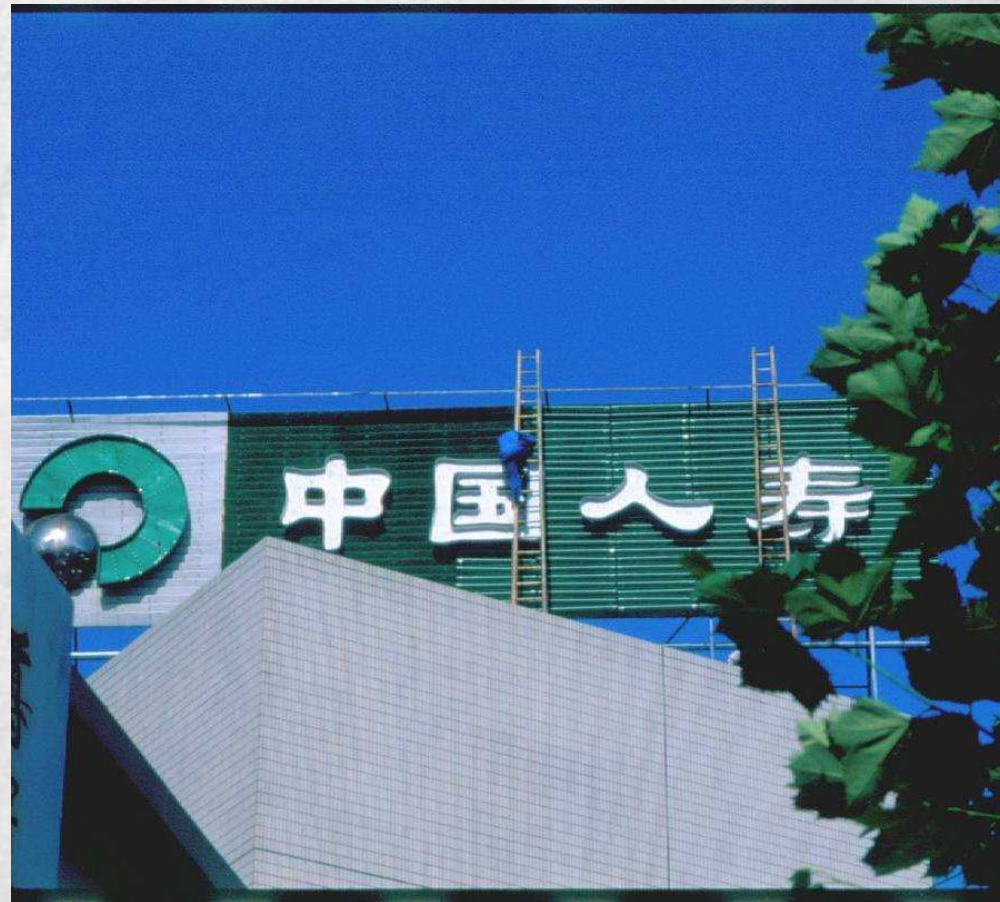
中国人寿财险品牌故事及价值观

品牌故事

中国人寿财险作为国内领先的财险公司，秉承着为客户提供全方位、高品质的保险服务的使命，不断发展壮大。其品牌故事不仅体现了公司的历史传承，更彰显了公司的专业能力和社会责任感。

价值观

中国人寿财险的价值观以“诚信、创新、专业、共赢”为核心，致力于为客户提供最优质的保险服务，同时倡导团队协作、追求卓越的企业精神。



品牌形象塑造与传播途径



品牌形象塑造

中国人寿财险通过积极的品牌形象塑造，树立了稳健、可靠、专业的品牌形象。公司注重产品质量和服务质量的提升，不断加强与客户的沟通和互动，以提高客户满意度和忠诚度。



传播途径

中国人寿财险通过多种渠道进行品牌传播，包括广告宣传、公关活动、社交媒体等。其中，广告宣传是提高品牌知名度和美誉度的重要手段；公关活动则能够增强品牌的社会影响力和公信力；社交媒体则为公司与客户的互动提供了更加便捷的平台。

客户关系管理与品牌忠诚度提升

客户关系管理

中国人寿财险注重客户关系的建立和维护，通过完善的客户服务体系和客户关系管理系统，及时了解客户需求和反馈，提供个性化的服务和解决方案，以提高客户满意度。

品牌忠诚度提升

为了提高客户对品牌的忠诚度，中国人寿财险不仅提供优质的产品和服务，还通过积分兑换、会员权益等方式回馈客户，增强客户对品牌的归属感和忠诚度。



品牌危机应对与公关策略

品牌危机应对

面对品牌危机，中国人寿财险会迅速启动应急预案，积极与客户、媒体和公众进行沟通，及时澄清事实，消除误解，以最大程度地减少危机对品牌形象的损害。

VS

公关策略

中国人寿财险注重与媒体、政府、行业组织等各方面的沟通和合作，积极参与社会公益事业，提高品牌的社会责任感和公信力。同时，公司还会通过举办公关活动、发布新闻稿等方式，积极传递品牌价值和理念。

PART 03

凝聚文化共识与团队建设

企业文化理念与员工认同感培养



明确企业文化核心理念

通过内部宣传、培训等方式，让员工深刻理解企业文化的核心理念，如诚信、创新、协作、责任等。

强化员工认同感

鼓励员工参与企业文化建设，让员工感受到自己是企业文化的创造者和传承者，从而增强对企业的认同感和归属感。

营造文化氛围

通过举办文化活动、庆祝重要节日、分享企业故事等方式，营造积极向上的企业文化氛围，激发员工的文化共鸣。

团队凝聚力提升举措与实践案例

定期组织团建活动

通过户外拓展、趣味运动会、文艺汇演等团建活动，增强团队成员之间的交流和合作，提升团队凝聚力。

建立互助机制

鼓励员工之间互相帮助、分享经验和知识，形成团结友爱的团队氛围。

实践案例分享

邀请优秀员工或团队分享成功经验和团队协作的案例，激发其他员工的团队意识和协作精神。



员工培训与激励机制设计



完善培训体系

根据员工需求和岗位特点，制定个性化的培训计划，提高员工的业务能力和综合素质。



激励措施多样化

设立员工晋升通道、提供奖金或福利等激励措施，激发员工的工作积极性和创新精神。



及时反馈与认可

对员工的工作成果和进步给予及时反馈和认可，增强员工的工作满意度和归属感。

打造高效协作团队的方法论

明确团队目标

确保每个团队成员都清楚了解团队的目标和任务，形成共同的工作方向和动力。

合理分工与协作

根据团队成员的特长和能力进行合理分工，明确各自的职责和角色，促进团队成员之间的紧密协作。

有效沟通与决策

建立畅通的沟通渠道，确保信息及时、准确地传递；同时，鼓励团队成员积极参与决策过程，提高决策质量和执行效率。

持续改进与创新

鼓励团队成员不断反思和改进工作流程和方法，积极寻求创新点，提升团队的整体效能和竞争力。

PART 04

突出“软实力”特色与竞争优势

“软实力”定义及其在企业发展中的重要性

软实力定义

指企业在文化、品牌、价值观、管理制度等非物化要素方面所具备的实力，是相对于硬实力（如资金、技术等）而言的。



促进团队协作与执行力

软实力建设有助于培养员工的归属感和忠诚度，提高团队协作和执行效率。



提升企业形象与品牌价值

通过塑造积极的企业文化、传递正面的品牌信息，增强企业在市场中的影响力和美誉度。



增强创新与应变能力

在快速变化的市场环境中，软实力强的企业更能够灵活应对挑战，持续创新。



中国人寿财险“软实力”特色分析



01

企业文化

中国人寿财险秉承“成己为人，成人达己”的企业文化核心理念，倡导诚信、责任、创新、共赢的价值观，营造积极向上的企业氛围。

02

品牌影响力

作为中国人寿保险集团的重要子公司，中国人寿财险凭借母公司的强大品牌优势，以及自身在财险领域的专业表现，赢得了广泛的市场认可和客户信赖。

03

客户服务

中国人寿财险始终坚持以客户为中心，通过不断优化服务流程、提升服务质量，为客户提供贴心、高效的保险服务体验。

提升企业“软实力”的途径和方法



加强企业文化建设

明确企业核心价值观，通过培训、宣传等方式将企业文化深入人心，引导员工行为与企业目标保持一致。



提升品牌影响力

加大品牌宣传力度，提高品牌知名度和美誉度；同时，注重品牌形象的维护和提升，积极回应市场关切和客户反馈。



优化客户服务体系

深入了解客户需求，提供个性化、差异化的服务方案；加强客户服务团队建设，提高服务人员的专业素养和服务意识。

WORK SUMMARY

THANKS

感谢观看