

电销保险进入“井喷”时代



B06

2011年9月2日 星期五
编辑/贺齐 图编/言琼
美编/高原 校对/苏莹

锁住财富
湖南首份保险特辑

电销保险2007年在我国正式开展,短短4年时间取得了令人瞩目的成绩。相比传统渠道的正常行驶,电销保险无异于一场动人心弦的F1赛,高速、刺激,竞争也异常激烈。

究竟是什么原因促使电销保险快速发展的呢?

电销保险打开双赢的局面

“经营成本较高迫使保险公司不得不改变自己的营销和管理手段。”保险业内人士袁黎说。电销保险的崛起恰好符合企业改变现状的要求。

保险产品通过电话、网络的方式销售给市民,这无疑是一种双赢的方式。

通过这两种销售渠道,保险公司不用再受中介代理商的牵制,直接降低了保险公司的经营成本;对于消费者来说,通过电销渠道购买车险,可以在规定费率折扣的基础上再享受更多的优惠,既方便又省钱。

电销保险要有一定尺度

记者发现,电销保险已成为车险销售的主要手段。但是正值电销



保险销售业绩蒸蒸日上之时,不少保险公司也遇到了一些麻烦。

“每次给客户打电话推荐某种保险时,还没等我们开口,他们就会很冷漠的拒绝。”某保险公司的电销人员小李告诉记者。

目前客户对于车险电销的认知度不是很高,往往会被认为是骗人的把戏。其实,客户对电销保险的拒绝,不能完全地认为他们“顽固守旧”,保险电销的取胜之匙往往是通过拨打数量来实现的,这种粗放式的销售模式往往会给客户带来一些烦恼,因此,电销尺度一定要拿捏得当,否则会导致客户的反感。

电销保险发展前景乐观

“尽管电销保险仍然存在着诸多问题,但电销是未来的发展趋势。”中英人寿总经理史效白对记者

说。国内电销模式的开展引自国外成功的经验。在美、英、韩等保险业发达国家,电销+网络保险成为保险销售的发展方向,成为继个险、团险和银行保险之后的“第四驾马车”。

记者在省内部分保险公司了解到,现在已有越来越多车主主动拨打电话投保。这一变化说明,车主对电话车险的认可度已经在日益成熟,这也为电销车险市场的高速发展打下了坚实的基础。换句话说,无论是从国外的经验还是中国的发展来看,电销保险都将成为未来主要的投保模式。

随着众多财险公司车险电销业务的日益成熟,不少市场人士乐观地预测,再有5年的发展,电销渠道将会占据车险市场至少三成份额。

■记者 杨斯涵 实习生 虞纵横

兑现理赔服务承诺靠什么 ——专访太平洋产险湖南分公司总经理刘大明



如果一家保险公司每天都要处理数百个车险赔案,且要将理赔时间缩短至15分钟以内,能实现吗?

太平洋产险湖南分公司给出了肯定的回答。8月25日一天,太平洋产险湖南分公司共调度车险事故赔案现场查勘216件,理赔员携带“无线单兵”设备(移动视频查勘系统)及时到位,进行现场视频定损、现场报价核价、现场打印定损清单,不需拆检的事故约占60%左右,基本上当场或当天处理完毕,理赔的透明与高效让客户满意。

理赔服务最能体现保险的本质。太平洋产险湖南分公司刘大明总经理说:“服务不应该是宣传的辞藻,应该成为构建服务机制的血肉和细胞。”

刘大明告诉记者,近几年,该公司着力推动信息技术创新,再造服务流程,建立了包括“移动视频查勘系统”在内的服务于客户的七大信息技术系统。

在刘大明看来,“移动视频查勘系统”打破了时空限制,是对传统的权限制约理赔方式的一场革命,这一系统的开发与运用,基本实现了客户索赔与理赔服务的零距离、理赔现场与后台指挥的零距离。“移动视频查勘系统”于今年“3·15”消费者权益保护日正式全面运行。这一举措被认为是湖南车险理赔的一大突破。

“太平洋保险的服务让我们省了好多心!”来自众多客户的肯定,亦成为对太平洋产险湖南分公司最大的褒奖。

■记者 刘永涛 通讯员 周立才 王海燕

太平洋电话车险 10108888 电话车险保到家

