

資本傑出服務榮譽大獎 信諾環球人壽保險有限公司

信諾專注以客為先

個人化服務突圍而出



近年香港的保險業發展蓬勃，整體市場不斷增長的同時，競爭亦日益劇烈。榮獲今年「資本傑出服務榮譽大獎——最以客為先優質服務公司」的信諾環球人壽保險有限公司，服務香港 80 年，本著以客為先的宗旨，矢志提升客戶的健康、安康和保障，在云云對手中突圍而出。

撰文 王馬

根據保險業監理處的數字，2011 年香港保險業的毛保費總額增加 14% 至 2,337 億港元，佔本地生產總值 12.3%。信諾香港行政總裁 Susan Stevenson (施韻嫻) 指出，即使香港的保險滲透率在亞太地區僅次於台灣，然而港人的平均人壽保障，尤其是醫療保障，仍然未算足夠，存在著每人 200 萬港元的保障額落差。

她分析：「過去五年醫管局轄下醫院因重大疾病（如心臟病）和癌症而住院的數字，分別增加了 20% 和 66%。數字還顯示，只有 46% 的香港人享有由僱主提供或

自購的醫療保險，反映香港人整體的醫療保障仍然不足。」與此同時，港人的保障意識和需要正與日俱增。據業內人士估計，本港的醫療費用將會於明年增加高達 15%。

港人保險需求趨升

從這個角度看，香港人偏低的醫療保障，加上慢性疾病和醫療費用的上升趨勢，以及人口老化，Susan 深信醫療保險市場的需求將會迅速增加。「憑藉經驗和專業知識，這個領域對信諾來說是一個龐大的發展機

遇。」而對香港激烈的競爭環境，她認為信諾要突圍而出，全憑專注於以客為先的服務。

Susan 表示，以客為先是信諾的其中一個核心價值。「我們將客戶放在首要的位置，這成為我們與競爭對手最重要的分別。我們之所以能成為真正以客為先的公司，其中一項重要的原因是投資在建立客戶價值管理 (Customer Value Management, CVM)。透過 CVM 和市場研究的資料，了解客戶的需要和喜好，再結合外部的市場資訊和分析技術，然後根據所得的資訊加上創新思維，設計適合不同客戶群的产品和服務，從而為客戶增值。」

在市場推廣方面，信諾深信最好的宣傳是客戶的口碑。「聽到親友的直接推薦，準客戶成為我們客戶的機會就大得多。事實上，人與人之間的引薦，是我們新業務其中一個重要來源，因此以客為先是保持業務增長的關鍵。」

具專業健康保健知識

Susan 指出，信諾的另一顯著優勢是在健康與保健方面的專業。「作為全球最大的醫療服務和保險公司之一，信諾致力於提升客戶的健康、安康和保障。我們相信預防勝於治療，因此，我們推出了信諾貴賓會 (Cigna Club)，提供全天候健康和保健優惠，包括健康體檢、保健產品和健康食品等，協助客戶保持良好的體魄和健康的生活。」



另外，信諾去年還推出了市場首創的預防性保險計劃，繼針對血壓高提供抗高血壓藥物保障後，今年又推出「信諾預防危疾保—手術特別篇」，為嚴重疾病的早期病徵提供預防性手術保障；這種預防性的計劃更透過實質的保費優惠，鼓勵客戶保持健康的生活方式，並儘早遏制疾病惡化。投保這種「預防危疾保」的客戶每年均可享免費的健康險查，讓他們更了解身體狀況，當有需要時及早對症下藥。若健康檢查項目中的評估屬於正常，翌年保單可獲 10% 的保費折扣優惠。

高度保障客戶資料

信諾的第三個重要優勢，是可靠的資訊保安。Susan 說：「在為客戶提供度身訂造綜合保險解決方案的同時，我們也明白到個人資訊安全同樣是客戶關心的範疇。我們在數據安全控制方面定下很高的標準，以確保完全符合所有個人私隱法規，和保持客戶資訊的安全性。」

信諾的電話營銷服務取得了 ISO 27001 認證 (資訊安全管理系統的國際最佳業務標準)，是香港首家取得該認證的保險公司。另外，信諾同時取得了 PCI-DSS 認證 (支付卡行業數據安全標準)，這是信用卡支付的最高標準。Susan 認為，以上種種措施，確保所有客戶的私隱得到保障，讓公司與客戶維繫更長久的和值得信賴的關係。

談到電話營銷，信諾多年一直在行業走在領先位置，旗下的電話營銷團隊曾獲得香港客戶中心協會的年度大獎、最佳外呼客戶中心、最佳培訓及人才發展客戶中心，以及最佳品質保證客戶中心獎。

電話營銷重人性化交流

被問到維持電話營銷服務強勢的秘密，Susan 指這有賴穩健的培訓課程，為客戶度身訂造的保險方案，以及嚴格的客戶私隱保護。「我們擁有一隊內部培訓專才，為電話營銷人員提供專業而持續的訓練。課程專注於指導電話營銷人員，透過積極的聆聽，協助客戶了解自己的保險需要，而非背誦銷售文本或硬推產品。我們確保電話銷售人員明白其角色是要幫助客戶填補保障的不足，以及如何透過聆聽和認同，提供與眾不同的服務。」

資本傑出服務榮譽大獎 信諾環球人壽保險有限公司

Susan 以最近一個個案為例，說明信諾電話營銷的特色。「一次當我們與客戶進行定期接觸時，客戶最初表示有興趣為他的孩子添置醫療保險計劃。通過主動聆聽，電話營銷代表發現，無論是顧客本身還是他的妻子，均沒有任何團體或個人醫療保障，如果二人出現任何健康問題，他的七人家庭將會出現重大的財政危機。因此，我們的營銷代表向他建議一個度身定造的醫療保障方案，切合該客戶的實際情況，讓每位受保人均得到足夠的獨立保額，更提供一個家庭套餐折扣。客戶現時倍感安心，因為他和家人都得到全面的保障，亦很欣賞我們的專業水平。」

持續優化客戶體驗

Susan 特別提到，對於繁忙的香港人，保險計劃仍然被認為是複雜的金融服務產品。「因此，我們致力於研發新產品，以簡單的產品設計、簡便的申請程序，和市場獨有的保障，滿足廣大客戶的需求，同時亦令客戶易於理解我們的產品。」

Susan 最後總結，香港是一個多元化的城市，超過70%的人恆常使用互聯網、60%的人使用智能手機。「展望未來，我們會針對日益增長的客戶需要，加強發展多元化的溝通平台，無論是透過中介人、電話營銷、或是電子平台，為客戶提供優質的體驗。」

【C】



透過溝通建立團隊精神

信諾非常著重團隊的內部溝通及團隊精神。Susan 表示：「我們定期組織休閑聚會，包括我自己和所有的員工都有機會參與，讓管理團隊在一個輕鬆的環境下，有更多直接聆聽不同員工意見的機會。另外，動員前線員工的積極性十分重要。我們為團隊安排不同的工作坊和活動，以及海外旅行，獎勵業績出眾的團隊，提升士氣。」

信諾另一個建立團隊精神的舉措，是組織參與龍舟比賽。「這亦是我們的企業社會責任活動之一，為我們鼎力支持的公益團體『糖尿天使』籌募資金。今年，我們二度參與赤柱國際龍舟錦標賽，通過密集的訓練和正確的策略，終於贏得多個獎項！這項活動也體現了我們矢志提升大眾（包括我們員工）的健康、安康和保障的使命。」

