

电子商务师案例:电子商务助保险业多元化营销 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/244/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c40\\_244259.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/244/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_244259.htm) 太平洋保险电子商务发展纪实 2001年，太保集团公司新成立的电子商务部对太保网进行全新改版，网络销售和服务功能大为提高，网上支付功能基本实现，成为B2C业务中重要的销售渠道。随着《电子签名法》的颁布实施，太保在现有B2C销售平台的基础上，目前正积极努力开发电子保单和电子签章，策划推出电子商务专有产品，对太保网站进行全新的改版，以网上销售保险完全电子化流程为目标，继续全面推进电子商务的建设，抓住未来网络保险快速发展的机遇 2000年8月15日，太平洋保险电子商务网站(www.cpic.com.cn)正式开通，标志着中国保险业第一个贯通全国、连接全球的保险网络诞生，太平洋保险公司首次“触网”并由此拉开了建设保险电子商务的序幕。2001年4月，太保网站经过全新改版，具备了保险电子商务的基本功能，并以“太保网”作为网站标识，开始定位于以销售为核心的实践运作。5年来，太保既经历保险业自身的快速发展，也感受着来自互联网世界的风云变幻，潮起潮落。无论面临怎样的困难，太保对于电子商务的信念和理想历久弥坚，始终立足于电子商务建设，并通过电子商务提高公司业务创新能力和解决发展过程中问题的能力，提升太保服务经济社会发展的水平，提高企业的核心竞争力，开拓出一条具有自身特色的电子商务发展之路，并成为中国保险电子商务不断探索、不断前进过程中重要的一个组成部分。为产寿险提供有力支持 2003年5月，一位北京客户在线购买"安居

理财保险”，成功通过太保网网上支付10万元保费，成为太保网开通以来最大一笔金额的网络交易。太保电子商务始于太保网站建设，但又不局限于网站本身，在产寿险分业经营的情况下，太保全面推进电子商务基础设施建设，打造出一系列由集团集中统一管理、由产寿险公司分别使用的网络销售服务平台，包括B2C销售服务系统、B2B销售服务系统、营销员销售支持与管理系统和信息服务沟通系统。2001年，太保集团公司新成立的电子商务部对太保网进行全新改版，网络销售和服务功能大为提高，网上支付功能基本实现，成为B2C业务中重要的销售渠道。太保网建立至今，网上B2C销售总计实现收入3500多万元，其中在2003年5月，一位北京客户在线购买“安居理财保险”，成功通过太保网网上支付10万元保费，成为太保网开通以来最大一笔金额的网络交易，展现了电子商务作为公司重要销售渠道的发展前景。太保电子商务B2B系统(包括产寿险的车险、货运险、个房险、航意险、银行保险、邮政保险)等系统应用范围现在已经覆盖到全系统69家产寿险分支机构。作为电子商务与传统业务渠道融合的B2B系统，由于具备强大的现场业务处理能力和单证管理功能，不仅大为提高业务处理效率，还增加了太保开拓市场的竞争力。上海赛科石油化工有限公司是一家由英国BP石油公司和中国石油化工股份有限公司以50：50的股比成立的合资公司，总投资额为人民币230亿元，是目前国内规模最大的乙烯工程。太保产险上海分公司凭借电子商务B2B系统的优势，在其它条件基本相同的情况下一举中标，客户在对该系统进行了现场试用并得到了满意的结果后即与太保签订了保险协议。今年，太保货运险B2B系统还创新地实现与中介机

构的数据对接，即把货运险投保系统与客户的ERP业务系统进行数据对接，免去投保要素的输入，使投保过程接近全自动化，这项功能的实现使电子商务系统在技术创新方面又迈出了一大步，深化了公司与中介机构、大客户的合作关系。电子商务在保险业中的价值是与交互的频率和复杂程度直接成正比的。由于销售人员与保险公司交互的次数最多，因此电子商务平台对于销售人员的价值最大。太保营销员销售支持与管理系统直接为太保20万营销大军服务，其中寿险计划书生成系统在32家一级分公司得到了应用，覆盖率达到100%，每年在线生成计划书约10万份，通过该系统的应用，提升了营销员的专业形象，更为广大太保客户提供了标准化保险产品服务，在一定程度上可以避免销售过程中的误导问题，提高了营销业务的诚信度。太保电子商务信息沟通服务系统包括邮件系统、短信系统和视频会议系统，在企业经营管理活动中发挥了越来越重要的信息沟通和销售支持的作用，为降低企业运营成本作出重要贡献。今年下半年以来，太保寿险的北京、上海分公司试点以短信激活方式拓展保险销售新渠道，销售“世纪行”B款之“钻石公务”、“出行无忧”等小额意外险产品，客户只需按照说明发送手机短信即可激活生效。短信系统还可以提供续缴通知、险种推介、生日祝贺等客户服务和市场推介活动，既方便了客户也降低了业务成本。太保视频会议系统现已于今年起提供全面应用，无论是召开全系统的重大会议、业务培训还是各省分公司辖内的业务会议，太保人已经习惯于使用视频会议，仅今年上半年视频会议系统就产生了节约会议及差旅费用约400万元的效果。通过加强电子商务营销手段的创新，以控制成本，体现实效

为指导原则，太保电子商务在电话营销、手机营销和群发电子邮件营销也开展得有声有色。辛勤的努力换来丰硕的成果，经过5年的稳步发展，太保电子商务取得了很大成绩，具体表现在电子商务基础建设基本形成，构建了具有太保特色的保险电子商务平台，可以为产、寿险业务提供有力的支持，电子商务销售业绩逐年增长，电子商务理念得到太保系统越来越多的认同，电子商务手段与传统业务紧密融合，产生着各种有形和无形的效益。太保电子商务业务收入以每年100%的速度增长，2005年上半年的业务收入更是比去年同期增长了237%，电子商务业务收入在太保业务收入的占比持续提高，电子商务业务收入突飞猛进带动了太保全系统业务增长效益的变化。促高效诚信规范经营 电子商务是保险公司潜在的一条重要销售渠道，网络保险必将为国内保险业创造新的利润增长点，建立基于开发网络保险产品的电子商务销售渠道必将成为保险公司具有良好效益的业务增长模式，保险电子商务前景光明从2000年保险业跨入电子商务领域以来，在科学发展观的统领下，业内对电子商务发展方向的把握能力不断增强，对其认识不断深入，国内外的经验告诉我们：发展保险电子商务，不仅有利于增强市场竞争能力,提高客户服务水平,增强公司发展后劲，还有利于解决当前保险业存在的突出问题。中国保监会吴定富主席在2005年7月18日保险市场运行情况分析会上的讲话中指出，“保险业在自身发展过程中存在效益比较低、信誉比较差、市场秩序比较乱”的问题，而通过发展电子商务正是加快保险业务发展，促进保险业高效、诚信、规范经营的重要手段。太保认为，电子商务是保险公司潜在的一条重要销售渠道，网络保险必将为国内保险

业创造新的利润增长点，建立基于开发网络保险产品的电子商务销售渠道必将成为保险公司具有良好效益的业务增长模式，保险电子商务前景光明。国外研究资料表明，在未来10年有超过30%的商业保险业务和近四成的个人保险业务是由电子商务方式来实现的。2005年，中国上网人数将突破1.2亿，保险电子商务客户群的总量在扩大，保险网络环境不断成熟。随着《电子签名法》的颁布实施，太保在现有B2C销售平台的基础上，目前正积极努力开发电子保单和电子签章，策划推出电子商务专有产品，对太保网站进行全新的改版，以网上销售保险完全电子化流程为目标，继续全面推进电子商务的建设，抓住未来网络保险快速发展的机遇。互联网、电话等电子商务技术手段由于其自身的开放性、个性化和跨时空的性质，通过电子商务手段提供的客户服务具有无可替代的优越性，将促进保险公司客户留存率、客户满意度和忠诚度的提高，并最终反映到保险公司的经营效益上来。通过电子商务网站公布保险公司业务和产品等信息，保持保险信息的透明化和人性化，有利于解决保险公司与社会公众之间信息不对称和销售过程的误导问题，客户通过电子商务网站解决投诉、理赔等问题，将有利树立保险业诚信经营的形象。目前太保网能够做到公司、产寿险产品等信息及时进行发布，客户通过网站、客户服务电子邮箱提出的投诉、咨询和理赔申请，都可以得到来自网站后台的快速响应，太保网成为公司与客户沟通的又一个重要的桥梁。作为太保电子商务重要组成部分的95500客户服务中心电话在2005年还被评选为中国呼叫中心十大满意品牌，电子商务成为弘扬太保“诚信天下、稳健一生”企业核心价值观的重要平台。电子商务技

术手段渗透到传统保险经营的关键环节和流程，能有效地解决业务过程中的管理风险、道德风险，促进保险市场内的有序竞争。太保产寿险业务的B2B系统，由于实现业务主要环节的网络化，通过集中统一管理，有效防止销售过程中例如倒签单、单证控制和费率控制等业务运营等方面的问题，大大提高业务处理效率和风险控制水平，受到了分支机构的欢迎，太保营销员销售支持管理也一定程度上解决了营销员在销售过程中诚信问题，为公司防范风险和规范经营做出了贡献。过去的5年，是太保通过建立和发展电子商务解决保险业高效、诚信、规范经营问题的5年，这也将成为指导太保未来电子商务发展的方向性原则。

### 拓宽发展电子商务思路

电子商务在公司的最终发展是完全融入现有的业务环节和流程，促进保险公司的市场策划、产品销售和客户服务面貌的根本改变。发展电子商务是太保公司业务发展的战略决策，随着电子商务应用范围不断扩大，在借鉴国外先进保险电子商务发展经验和总结国内同业电子商务发展现状基础上，太保不断扩宽电子商务发展思路。首先，太保认为保险电子商务的内涵应该不断得到扩大，保险电子商务发展是涉及到保险公司各类资源整合，涉及到公司所有利用互联网(包括Internet与Intranet)、无线技术、电话等信息技术手段进行电子化交易、电子化信息沟通、电子化管理的活动，贯穿公司经营管理的全过程。保险电子商务是随着互联网技术兴起并逐渐成熟后，新的信息技术在保险公司内又一轮深层次的商务应用，是信息技术本身和基于信息技术所包含、所带来的知识、技术、商业模式等在公司内的扩散和创新。其次，电子商务的健康发展立足于与传统业务的紧密融和，注重电子商务对传

统业务环节的参与性、渗透性和服务性，电子商务功能发挥的重点是在体现销售的不同环节(售前、售中、售后)的市场策划、产品销售和客户服务等三个方面。再次，太保倡导建立保险电子商务的科学评价体系，摆脱以往惟业绩为导向的评价原则，全面考察保险电子商务发展水平，关注电子商务业务销售目标、成本节省目标、效率提升目标和客户体验目标，而不仅仅是业务收入目标的实现。最后，保险电子商务发展应重视商业模式的创新，建立基于开发网络保险产品的电子商务销售渠道；实施以网络营销、电话营销以及与其他营销渠道相结合的多渠道整合营销；实施以网站平台、电话平台/呼叫中心为基础的统一的产寿险客户服务和交叉销售。电子商务在公司的最终发展是完全融入现有的业务环节和流程，促进保险公司的市场策划、产品销售和客户服务面貌的根本改变。思维的变革带来更大的前进动力，太保电子商务处于一个新的发展阶段。太保全系统高度重视电子商务的发展，2005年太保集团公司层面建立了电子商务管理委员会，体现了公司高层对电子商务的重视和发展的决心，在2004年和2005年太保还分别向全系统下发了发展电子商务的三年行动纲要与实施意见，充分显示出公司对电子商务在过去的几年里为企业所带来的积极变化的肯定，更是未来电子商务发展的强大战略保证。而太保集团公司正在紧锣密鼓地实施保险信息化的规划项目，则为电子商务发展提供了技术保证。太保电子商务未来发展的蓝图已经勾画，太保将从战略、人才、投入、产品、管理几个方面加大工作力度，充分发挥电子商务在市场策划、产品销售和客户方面的作用，使太保客户可以通过由太保网站、95500客服电话、短信系统等构成的

电子商务平台真正体验到便捷、安全、可靠、人性化的保险服务，打造太保网作为知名的保险电子商务品牌形象，促进保险业高效、诚信、规范经营，为把保险业做大做强作出电子商务应有的贡献。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)