

团险竞争进入服务差异化时代(2) PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/294/2021\\_2022\\_\\_E5\\_9B\\_A2\\_E9\\_99\\_A9\\_E7\\_AB\\_9E\\_E4\\_c67\\_294008.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/294/2021_2022__E5_9B_A2_E9_99_A9_E7_AB_9E_E4_c67_294008.htm) 此外，被称为“餐后甜点”的系列附加服务，也让客户“尝到甜头”。员工福利保障说明会、专业医疗机构健康顾问服务、医疗专家网上医疗咨询、定期“电子健康杂志”与“客户服务手册”、上门收取员工的理赔资料、定期客户联谊、客户服务节等特色服务都是这道“甜点”的内容。传承了外方股东英国标准人寿团险服务理念精髓、先进经验的同时，恒安标准意识到，把握中国团险的市场脉络，更要结合中国市场的实际进行创新。也就是借鉴与创新并收的“两条腿走路”。于是，在完善产品设计的同时，恒安标准将注意力更多集中在客户需求上，针对不同企业的不同需要，提升了产品创新能力、承保能力。同时，公司选择与经纪、代理公司合作，来扩大销售规模，目前，公司团险业务70%来自经代渠道，而非直销。“在内部管理与培训上，注重选用具有合适资质的人员，组建跨职能的团队来满足客户需求。”恒安标准北分总经理刘英祺介绍，公司为支持销售代表，开办了各类学习研讨会来帮助他们了解如何去服务那些大型公司和集团客户，并定期评估个人的培训需求并回顾培训的有效性。此外，来自英标专家的专业化培训体系也成为重要的学习资源。“在逐步稳固短期险业务的同时，目前公司已将视线瞄准了长险业务。”刘英祺对公司在北京地区实施的差异化战略效果相当自信。“随着在产品、服务、管理、培训方面的不断完善，有望进一步提升在团险市场中的份额。”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)