

精英代理人是拉近保险与中高端客户的桥梁 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/471/2021_2022__E7_B2_BE_E8_8B_B1_E4_BB_A3_E7_c67_471570.htm 从2005年8月进入中国市场以来，联泰大都会刚过完两岁生日。对于保险行业来讲，绝对是非常年轻。但联泰大都会却不乏吸引大家眼球的举动。从12万年薪的代理人招聘门槛，再到与花期银行合作推出投连险抢占市场，再到近期保费排名飞速跃进，联泰大都会似乎一直在大家的视线中跳跃。带着对于过往这些成绩和举措的疑问，理财周报记者专访了联泰大都会人寿保险有限公司首席执行官兼董事贝克俊。精英代理人弥补家庭保障缺口 对于新进入市场的保险公司而言，快速的捷径就是招募大批代理人，但联泰大都会成立不久就启动了“曼哈顿经理人”计划，希望改善“传统”代理人模式引发的弊病，“去年年收入12万元以上”的招聘条件，又一次引发了关于保险界人才问题的讨论。贝克俊说，这种做法的好处非常明显，受益的不仅是投保人更是正处于创业期的企业。“根据我们调查，目前上海每个家庭投保的额度大概在5-6万左右，一旦发生风险，这5-6万对于家庭的帮助微不足道。对于存在巨大保障缺口的家庭来说，高素质的代理人是他们购买合适保险的最好途径之一。”“精英代理人”可以为客户选择合适的险种，减少误导，不仅帮助保险公司建立良好形象，更是拉近新兴保险公司与中高端客户距离的桥梁。“我们招募的精英代理人必须具备本科学历和两年非寿险工作经历，这些人通常有自己的社交圈。按照他们的学历和经历，圈中朋友多数属于社会中上层。从这样圈子走出来的代理人更容易感受

和体会这类客户的需求，帮助客户进行合理规划，选择适合的保险产品。”为了帮助这些代理人尽快进入角色，联泰大都会除了提供寿险知识和销售培训，同时还给予他们比较高端的财务补助，帮助他们开始保险职业生涯。整个曼哈顿经理计划已经在上海和江苏发展到第三期，效果无疑是业内外人士均比较关注的。贝克俊告诉记者，这些代理人的业务水平明显高于传统代理人。“上海分公司原先那些传统代理人的月保费收入在五六千元，而如今月保费平均收入达到2万左右，江苏团队最高的超过了3万元，平均数也到了7000左右。这与原来的数据相比还是有明显提高。”虽然在引进人才方面联泰大都会的理念和方法都很明晰，但贝克俊依然承认，人才是企业发展面临的最大困难。“专业人才是公司最大的资产。在找到合适的人选之后，怎么培养他们、留住他们也是公司必须面对的问题。只有解决了人才问题，公司才能够良性发展。”从高端客户向外辐射“曼哈顿经理人”计划以及与花旗银行的合作都是瞄准高端客户，看上去联泰大都会把客户群锁定在高端客户。对此，贝克俊的回答是否定的。“由于我们进入市场的时间比较晚，所以只有使用创新的做法才能让自己更快地成长起来。我们不会将客户群定位在某个范围，关键在于产品和客户是否能够最好地匹配。我相信，随着新产品和客户服务模式进入市场，会逐渐覆盖更多客户。”“花旗银行是我们的合作伙伴之一，合作也非常愉快，但它并不是我们唯一的合作银行，另外还有工行、浦发、招行等等。对于保险公司而言，不同的销售渠道对于产品的要求也会有所区别。贝克俊也是深谙此道。“比如说，我们与浦发、招行的合作中，更看重这两个银行信用卡客户。我

们对这些客户进行了分析，发现这两种信用卡的使用者多为年轻白领，他们通常没有时间去了解保险，也没有购买保险的意识，所以我们就采取电话销售的方式与他们沟通。”电话行销最关键的两个问题就是如何找到合适的客户以及在最短的时间内将产品解释清楚。对于这两个问题，贝克俊这样解释：“我们可以使用银行部分客户的信息，但是绝对不会按照名单一个个打电话，而是根据我们自己的系统挑选出合适的潜在客户推荐产品。”“而在产品开发上，我们尽量选择规则简单的产品投入到该销售渠道。到目前为止，销售情况最好的分别是意外险、医疗险和还本型寿险。”

树立理财观念从少儿开始 在过去半年多时间内，联泰大都会取得了令人羡慕的保费收入，许多业内人士都将此归因于投连险的成功运作。前不久，联泰大都会又推出了一款少年先锋保障计划投连险产品，其“少儿理财”概念非常引人注目。“少儿理财是家庭理财中重要的一部分，父母必须从小培养孩子正确的理财观念。而保险产品所能做的就是帮助孩子培养定时、定额购买保险的习惯。”对于许多家长而言，疼爱孩子是给他们足够的零用钱，满足各种需求。而谈到培养孩子的习惯，也总是从学习入手，忽略了帮他们树立理财观念，以至于一些年轻人在踏入工作岗位甚至是为父母后还不会理财。“有些年轻人只知道赚钱，却不知道怎么理财，更不会给自己的钱加上保障。而购买保险产品可以帮助他们养成良好的习惯，并给家庭带来保障，这恰恰是家庭理财的第一步。”

那么投连险之后，联泰大都会还会选择什么产品呢？“所有产品都必须与市场需求相吻合。去年年末我们是看到了中国资本市场的优异表现，并且相信资本市场还会红火一段时

间，所以引入投连险产品。虽然大都会人寿在全球市场中有许多成功产品，但现在却不一定引入中国。比如我们有一款称作GMXB的产品，主要挂钩期权，它在美国销售情况很好，今年也被引入了香港和韩国，但是由于中国资本市场中期权交易还不发达，所以暂时还不会介绍给中国客户。”“无论推出什么产品，我们都会先解决一系列问题。例如卖给谁，由谁来卖，客户为什么要买等等。只有圆满地解决了这些问题，新产品才会问世。” 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