

理赔快公司的“阳光法则”——

阳光产险:客户为王 速度致胜

■ 本报特约记者 潘学恒

“什么是车险定损员?与道路为伴、与电话为伴,同时还是半个汽车修理工——这就是记者在亲历了车险定损员的一天后,得到的最深的感受。在北京的路上、汽车修理厂和4S店里,我目睹了一位普通车险定损员工作的繁琐和忙碌。”9月,《北京青年报》记者在结束了对阳光产险北京分公司一位普通的查勘定损员一天工作的跟踪报道后,在《车险定损员:对修车门儿清》一文中发出了如是感慨。

有这样一组来源于阳光保险5月19日—8月19日举行的第二届客户服务节的数据,可以让我们更直观地看到阳光产险理赔升级后的“阳光速度”和对客户的超值服务:

全系统5000元以下无异议车损案件平均结案周期为0.87天;理赔服务满意度由92.12%上升为92.90%;“三个一客户关爱工程”执行率由客服节前的80.91%提升为89.93%;1339名客户享受了非事故道路救援服务;230余场次的企业风险管理服务活动,“阳光在行动,低碳生活带回家”大型公益活动和“阳光关爱到身边”青年志愿者活动……

■ 快赔闪赔 塑造行业新标杆

对于车险理赔,近年来类似“万元以下,资料齐全,一天赔付”等车险赔付标准喊得响亮,“速度牌”已渐渐演变为车险理赔的竞赛筹码。但不难看出,无论是承诺金额还是赔付时限,“资料齐全”都是个前提。2011年5月19日,阳光产险郑重推出“快赔”服务承诺:凡单车损事故在5000元以下无异议车损案件,均可享受免单证、报案后24小时赔付的服务。此项服务承诺,最为核心的是“免单证理赔”。车主可以先拿到赔款,后由阳光产险理赔人员协助车主补办相应理赔资料。

翻开阳光产险理赔档案,“快赔”案件尤其引人注目:

2011年7月25日14时22分,阳光产险浙江分公司接到一客户出险报案,分公司查勘员立即与报案人联系,了解事故经过,拍摄车辆损失照片,确



“三个一客户关爱工程”

认事故责任后在现场将案件录入系统,上传相关单证及银行卡信息,该案于2011年7月25日14时47分核赔完成并支付,从报案到结案仅用了25分钟。客户在收到赔款支付短信后主动打电话给查勘员,表示感谢并对阳光速度表示钦佩。

2011年9月,阳光产险陕西分公司接到一起单方车损事故报案,分公司客户服务部快速行动,仅用1.82小时即完成了从客户报案到赔款支付的全过程,客户高兴地说:“阳光保险的赔款简直是神速,赔款比修车都快,不可思议!”

此举给车主带来了前所未有的便利,便利背后,是信任,是真正的以客户为尊。这项“快赔”服务承诺损失金额限制缩小,索赔手续简单化,结案时间更加精准,大大缩短了客户办理车险理赔的速度,不断赢得客户的认可和赞誉。截

至目前,阳光产险系统内“快赔”案件的平均结案周期为0.74天,用事实和数据巩固了行业领先地位。

正当阳光产险的车险客户还未来得及完全体会“快赔”服务模式时,“阳光e车险”8月30日正式上线,全国“闪赔”服务标准也即时发布。阳光产险再次敢为人先——推出了车险“闪赔”服务标准,做出了“阳光e车险”客户,专享5000元以下(非人伤)案件,免单证,报案24小时内赔付的承诺,同时设立了“阳光闪赔专项服务承诺保证金”,如有延时,将对阳光保险执行实际赔付金额的100倍罚息,并特邀中消协作为保证金监督员。

在“闪赔”服务标准推出后的第二天,2011年8月31日,阳光产险“闪赔”服务第一案仅用时不到50分钟便完成了案件的查勘、定损、结案、支付工作。

有数据显示,在“闪赔”服务标准运行三个月时间里,“闪赔”案件结案率100%,平均结案周期仅0.56天,无一投诉。

目前国内网上车险的战略还主要集中在销售环节,以突出投保便捷优惠为主。“对于广大网上投保的客户来说,注重网上投保价格优势是远远不够的。因此我们创新服务内容,推出‘闪赔’服务标准,就是为网上投保的车主量身打造的。”阳光产险总裁罗海平表示:“当前保险客户对保险公司理赔难、赔款慢、资料手续复杂的投诉和抱怨频出,正是基于以客户为中心的服务理念,我们为了改善客户体验,让理赔更快捷、手续更简便,才决定打破行业现有服务规则。”阳光,这家一贯以“创新”和“速度”著称的保险公司,在保障投保优惠的基础上率先打出“闪赔”服务牌,势必将车险理赔服务引领到一个新的高度。

■ 科技创新 潜心打造“最服务”

在这一组数据后面,尤其是“快赔”、“闪赔”模式的背后,蕴含着阳光产险六年来对打造“理赔最迅速保险公司”的孜孜追求。

在与每一位客户息息相关的理赔环节,阳光认为,保险理赔尤其是车险理赔是最能体现产险公司管理水平的环节。为此,阳光产险秉承创新精神,坚持做到“一点不同”:

在阳光产险,有这样一个“习惯”。事故现场,您总能看到阳光人忙碌的身影;事故现场,在您口渴时、无聊等待时、骄阳似火时、下雨下雪时、天气寒冷时,阳光人总会想您所想,真诚地递上一瓶阳光水、一份阳光报、一把阳伞或一件阳光大衣。这便是“三个一客户关爱工程”,是阳光产险在寻求客户体验改善道路上的又一次尝试。

有数据显示,截至目前,阳光产险全系统共配备雨伞4085把,饮用水70000箱,《客户服务专刊》90万份。10月份,全系统“三个一客户关爱工程”执行率更是提升至98.04%。

阳光人习惯于站在客户的角度思考问题,他们认为,客户体验如何改善,也并非如想象中那么困难:一是最快的速度到达现场;二是查勘人员态度良好;三是定损准确合理;四是赔付到位及时。为此,阳光产险以上述四大客户接触点为核心,于2010年创新推出了客服工作评价体系,对客服线条整体和个人的工作予以实时量化考核,做到对机构、对个人尤其是理赔外勤,每月一考核、每月一通报、每月一兑现,逐步建立起一个行之有效的激励机制,那就是:到达现场的时间力求再快一点,服务态度力求再好一点,定损质量力求再高一点,赔付时间力

求更短一些。“四个力求”换来的四个“一点不同”,汇聚到一起,成为客户感觉满意的重要载体。

在阳光保险95510全国电话中心,客服人员全年无休,实行365×24小时接案受理、查勘定损服务。“过程管理、关注细节”是阳光产险确保决策到位的又一法宝。阳光产险认真梳理客户关系体验的各个环节,逐项梳理各个环节的关键举措。并坚持认为:只要有了一个好的开始,客户体验就会事半功倍。为此,他们下功夫抓好阳光保险95510全国电话中心。走进电话中心,记者发现一位管理中心人员正在专注地看一份《电话中心月度运营分析报告》。得到允许后,记者在这份长达60页的产险公司分析报告中留意到,文字、表格、柱形图、走势图紧密地排列着,大到月度业务受理总数量、报案量、咨询量、投诉量、电话及时接通率

指标、查勘员调度及时和准确性指标、客户服务满意度调查回访量、客户感受指标、服务效率指标,小到95510号码畅通情况、系统故障情况等,都做了详细的标记。

正是因为这份认真与执着,阳光保险95510全国电话中心在2010年荣获“中国最佳客户服务中心”、“中国最佳客户服务管理团队”两项殊荣。组委会对阳光保险95510全国电话中心做出了高度评价:积极倡导“客户满意在阳光”的服务理念,不断探索以客户为中心的服务模式,为企业的快速成长提供了最大的支持与保障。

如果您想问,河北的车险客户在河南出险怎么办?2008年,阳光产险在业内率先推出了“三维通赔”举措:这项全国范围内甲地承保、乙地查勘、丙地领款的“三维通赔”服务,是阳光为方便客户,通过对异地出险案件的统

一调度,利用全国范围内的机构网点,实现异地代查勘、代定损、代收理赔单证、代付赔款和代垫付抢救费用等服务,进而实现异地办理赔付手续的一种理赔服务模式。为确保异地出险的客户享受到同样的关爱,阳光产险还专门针对异地出险代查勘工作,出台了明确的工作规程和管理办法,建立了跟踪通报的保障机制,随着全国集中支付保险赔款模式的推行,阳光首创的“三维通赔”变得更加顺畅到位。

此外,创新资源优化,则是阳光产险加强理赔服务、切实改善客户体验的又一着力点。六年来,阳光产险以持续改善客户体验为立足点,投入巨资打造了“电话服务系统”、“业务咨询系统”、“车险一般理赔系统”和“车险快速理赔系统”等一系列清晰顺畅的业务流程处理机制,促使业务更加高效,也为客户带来更多便利。

截至目前,阳光产险已有36家分公司开业运营,三四级分支机构1000余家,服务网络实现全国覆盖,拥有遍布全国的4500余名专业理赔服务人员。阳光产险客户服务中心采用全国统一的标准化管理,宽敞明亮、设置齐全、布局合理,配以标准规范的装修风格。客户休息区、柜面展示区、填单服务区、接待服务区4大功能区域,全方位满足客户多元需求,阳光产险希望每一位客户来到客户服务中心的时候,都能感受到一种“回家”的温暖感觉。2011年,阳光产险还紧随时代潮流,为查勘工作人员统一配备了笔记本电脑、GPS定位等现代化装备,实现了移动办公服务的能力,满足了在现场为客户损失确认、缮制赔案、结案处理、支付赔款的需求。

和尝试。

自2005年以来,阳光产险理赔查勘员的相关管理办法也在逐年修订和完善。6年时间,阳光产险已通过新人战略打造了一支技术过硬、素质过硬的理赔队伍。首先,着重加强理赔新人专业技能培训,快速提升业务水平。新人战略实施以来,阳光狠抓培训,培训内容从阳光文化到业务知识、规章制度、服务规范,详尽而严格。在提升理赔新人技能的基础上,阳光一手抓品质教育,一手抓制度管理,努力提高理赔新人的道德素质和自律意识,将理赔新人培养打造成德才兼备的“最诚实可靠的人”。

在品质教育上,对于刚刚踏上社会的年轻理赔人员,阳光通过扎实的思想品德教育,不断提高其道德素质,收到了良好的效果。29岁的陈兴楼,是阳光产险河南分公司客户服务部的普通一员,曾多次被评为全国“理赔之星”。当遇有雨雪天气,客户在偏远郊区出险时,他都会在车上给客户备上热水、泡面,给客户送去带着“温度”的贴心服务;曾遇有一次客户承保的一辆摩托车撞到一行人后,他将伤者送去医院后发现这名外地的驾驶人身上并没有带钱,于是主动为伤者联系医院并交上押金;他为自己制定的客户满意度目标是101%,因为他要在服务好标的车客户的同时,如遇双方事故时,不忘服务好三责客户,使得三责客户也要满意阳光的调解和服务。

在制度管理上,阳光实行政策激励和理赔监察并举的策略。通过制定激励考核制度,表彰优秀的员工,树立榜样。通过创立理赔监察体系,对理赔人员进行监督管理,加强警示教育,督促新人自觉自律。

政策激励方面,阳光产险制定实施了案均激励考核办法、车险案均赔款制度、理赔全系列岗位EQC考核等落实对理赔人员的各项奖励,从制度上鼓励并保障了理赔人员廉洁自律的自觉性。各机构通过评选“最诚实可靠的人”和“最不诚实可靠的人”,强力落实总公司激励考核办法,取得了明显的成效。

为强化理赔新人的道德素质和自律意识,阳光产险制定了严格的理赔监察制度和流程,突出抓了警示、查处、预防三个机制的建设和运行,结合工作实际创立了理赔监察工作体系。首先,拓展了对理赔违纪案件的举报渠道,加强了对理赔案件的检查监督,对理赔新人时时起到监督警示作用。第二,强化了对违纪行为和骗赔案件的查处,严格执行理赔纪律。第三,完善管理制度,加强宣传引导,案例警示,引导年轻理赔人员正确处理所遇到的不良诱惑,防患于未然。

■ 检视修正 固化客户为王理念

在阳光产险系统,有一个颇具新意的专项活动,阳光人习惯称它为“飞行检查”。顾名思义,“飞行检查”就是指不定时间、不定地点、不定方式的内部检查。而检查的主旨非常明确,那就是围绕改善客户体验,不间断地检查公司客服决策的落地情况。

这种飞行检查,首先由阳光保险当家人张维功董事长发起并身体力行。每次出差,他都会抽时间到现场后,仔细地核实“三个一客户关爱工程”落实情况,仔细检查查勘车辆的整洁程度,详细了解查勘员对车辆配件价格的把握程度,查勘员所在机构将会根据检查情况对查勘员予以相应的奖惩。罗海平总裁在2009年国庆节期间,在北京进行了多次飞行检查,并在四季度的全系统经营分析会议上,详细通报了国庆节期间飞行检查的情况。在张维功董事长和总裁室的带领下,阳光产险全系统的“飞行检查”已成为一种促进工作的有力手段。各家分公司也纷纷推行“飞行检查”制度,并积极予以扩展。

2011年5月24日,在宁波保监局组织开展的2011年首次车险理赔服务公开测评中,阳光产险宁波分公司凭借及时到达第一现场的速度、良好的服务态度、专业的技术水平、优质的理赔质量等服务技能从众多财产险公司中脱颖而出,以49.5分(满分50分)的最高分荣登测评榜单第一名。这也从一个维度展示了飞行检查的巨大能量。

在坚持推行飞行检查的同时,阳光产险更注重系统的集中检视反思与修正改善。2011年3月,阳光产险总裁室在全系统集中开展了客户服务专项反思活动。这次全系统的反思,着眼于积极践行阳光客户服务文化,以持续“提升服务品质,改善客户体验”为主线,以着力转变和解决制约客户服务队伍建设、服务标准、服务体系的问题为切入点,以健全客户服务管理模式、评价模式和发展模式为目标,紧扣提升车险理赔效率、改善车险理赔品质、规范服务标准等九大重点环节,要求各分公司主要负责人、客服分管领导、客服条线全体干部员工,都要进行系统的反思。本次为期60天的集中反思,不仅为落实5000元以下“快赔”和“闪赔”服务标准提供了可靠保障,而且为公司持续推陈出新,系统地提升服务能力,提供了宝贵的思想支持和理论指导。

我们看到阳光产险在为圆一个打造“理赔最快的保险公司”的梦想而奋力拼搏的背后,在一次次理赔提速、服务提质的背后,在谋求速度与服务齐头并进的背后,在或将成为车险新一轮服务升级的重要推手背后,是它平台的升级,是团队的跨越,是流程的优化。“客户为王,速度制胜”,让我们共同期待阳光保险在“打造最具品质和实力的保险公司”的道路上走得更好、更快。



阳光产险客服人员

■ 文化致胜 战略致远 让客户满意在阳光

“全能”的理赔查勘员,高效的查勘理赔,良好的服务态度、过硬的技术水平、优质的理赔质量,于细节中让我们看到,对于仅仅成立六年的阳光而言,服务已成为关乎自身生存的大事。公司的价值源于客户。六年来,阳光保险始终坚持把客户满意作为一切工作的指南,把培育卓越的服务能力作为重要的战略追求之一,不断探索以客户为中心的服务模式,致力于打造卓越的服务能力,持续提高服务品质。

2009年,阳光保险以阳光人寿天津市分公司员工王小辉的名字命名了“王

小辉服务格言”——让我们的服务成为客户选择阳光的理由,并将其作为阳光保险客户服务理念。在打造阳光保险客户体系的过程中,这一理念和“亲切关爱,高效便捷,价值分类,诚信品质”的客户服务管理文化被始终不渝地贯彻执行。2010年以来,阳光产险坚定打造“理赔最快的保险公司”的策略,在全系统强力推行,快速反应、及时处理,本着好赔、快赔的原则,简化理赔程序和手续,切实保障客户利益。

“客户为王 阳光速度”于点滴间透露着阳光保险发展战略,如何改善客户

体验,优化内部流程,打造“理赔最迅速的保险公司”,阳光人一直在前进。为全面落实“文化致胜、战略致远,让客户选择阳光”的诉求,阳光产险下功夫抓好理赔队伍建设,取得了长足进步。

保险理赔是体现保险公司特别是产险公司管理与服务水平的重要环节,是业务风险控制的末端环节。在目前社会信用体系不健全,保险理赔队伍职业道德问题比较突出的情况下,搞好理赔工作,做到既让客户满意,又能维护公司利益,已成为保险行业亟需解决的难题。

相悖于业界新公司挖老公司“墙角”的普遍做法,阳光产险在理赔环节进行了大胆的尝试和创新,公司成立之初就提出并实施了理赔新人战略。坚决只招新人,全国范围内不招老的理赔查勘人员,这在保险业内完全是一次革命性的创新。阳光的理赔新人战略充分展示了公司决策层的魄力和远见——老的理赔员通过经验技术减少的赔款可能弥补不了有些人道德水平不高带来的损失。因此,公司下决心打造一支新的查勘定损队伍。而建立起这样一支队伍,可以说是中国保险史上的一个创举