友邦深圳：“全旅程”消费者权益保护助力美好生活

-专访友邦深圳总经理刘兴科-

随着经济的不断发展和市场消费转型的变化，提供“专业又有温度的服务”成为保险企业与消费者建立良好信任关系和促进业务长效发展的核心基石。友邦人寿保险有限公司深圳分公司（以下简称“友邦深圳”）坚持贯彻落实“以人民为中心”发展思想，将消费者权益保护（以下简称“消保”）纳入公司长期发展战略，努力在“大消保”新格局下构建“全旅程”消保生态圈，为客户提供公平、优质、可靠的产品和服务。

强化统筹部署 落实全流程消保职责

“保险公司的消保工作并非特定节点的‘权宜之计’，而应充分融入企业经营发展战略和企业文化建设中，并体现在售前、售中、售后等业务全流程中。”友邦深圳总经理刘兴科表示。

秉承“兼容进取，消保同行”的消保理念，友邦深圳自上而下搭建“横纵”联动、协同发展的公司消保组织架构及管理机制；在高管层设立消保工作领导小组，由总经理担任组长；成立消费者权益保护部，设立专人专岗，负责分公司消保整体工作，将消保教育宣传全面融入各业务流程，强化消保决策执行和监督机制，实现客户权益保护全流程覆盖。

刘兴科表示，在业务高速发展的同时，险企更需关注业务的质量和韧性，要持续关注客户需求，并不断提升客户体验及客户满意度，这是险企能实现跨越经济周期高质量发展的重要前提。

溯源客户需求 践行以客为尊理念

基于“客户驱动的业务革新”策略，友邦人寿围绕健康、养老、财富管理、传承四大客户价值主张，锐意创新产品体系，为不同阶段、不同需求的客户提供全方位、个性化的保障方案。“关注消费者首先要能从‘我们的客户需要什么’，‘我们能为客户带来什么’的角度换位思考。”刘兴科强调。

2022年，友邦人寿面向30-65岁重点关注健康的人群，重磅推出《友邦如意悠享系列重大疾病保险》（下称“如意悠享”），让次标群体拥有获得终身重疾保障的机会。围绕深圳财富人群的养老现状、当下面临的养老痛点、养老保障认知与养老储备、养老保险消费需求等问题展开调研，发布《深圳财富人群养老现状与发展趋势白皮书》，向客户需求“追根溯源”，也旨在为险企在养老领域的改革与创新提供智库支持。

在健康服务方面，2023年4月，为响应国家卫健委在《健康中国行动（2019-2030年）》中针对癌症预防、早期筛查及早诊早治的政策指引，友邦人寿全新推出“早关注、早发现、早筛查、早控制、一持续”的友爱防癌健康管理服务，也是友邦深入洞悉客户痛点后的创新发力。通过精英营销员渠道全面推广此服务，友邦深圳让更多深圳客户享有“专业一站式癌症预防管理服务”，重塑客户防癌认知，帮助客户养成健康的行为习惯，及早科学筛查、控制癌症风险。此外，友邦人寿也着力持续拓宽“健康生态圈”与“康养生态圈”建设，不断完善配套生态圈服务及资源网络拓展，夯实差异化服务实力。[1]

[1]*以上部分服务由优质合作机构提供，具体服务内容、服务标准，服务费用以及涉及的由第三方提供的合作服务声明以最新版《服务手册》&公文为准。

*随着健康管理服务体系的运营与完善以及外部因素等影响，友邦人寿提供的健康管理服务内容可能发生变化或服务停止，届时友邦人寿会为客户提供合理的建议或方案供选择，并将及时调整健康管理服务手册，及时告知客户并按照调整后的服务手册提供服务。

增强品质管理 提升消费者满意度

随着经济的快速发展，消费者对于保险销售及服务提出了更高的要求和期待。“保险公司做好消费者权益保护不仅仅是在后端解决消费者投诉，而应该从前端销售开始，让消费者从投保到理赔等各流程都能获得满意的服务。友邦深圳通过前端强化销售品质管理，中后端多渠道，科技赋能支持服务更贴心、更便捷，不断提升消费者满意度”，刘兴科表示。

践行“卓越营销员”策略，持续提升专业服务。长期以来，友邦深圳深刻践行“卓越营销员”策略，以不断升级的专业化培训体系，让营销员得以实现对客户需求的深度分析与精准洞察，不断提升专业销售能力与客户经营能力。友邦致力于培养重信誉、讲质量、崇尚服务的卓越营销员，并成为能陪伴客户终身的“健康财富管理伙伴”。

畅通投诉渠道，深化数据运用。友邦深圳建立了“信、访、电、网、微”五位一体的多样化投诉受理渠道，建立、健全公司保险消费投诉制度及体系，通过官方网站对外公布保险消费者投诉维权电话、服务承诺、投诉流程、年度投诉情况等信息，为广大保险消费者提供了便利。同时，友邦深圳贯彻执行总经理接待日制度，力求把客户反馈的问题解决在前端。做好源头治理防范，每月通报当月投诉情况，并定期制作警示案例向销售人员宣导，督促其合规展业，加强投诉溯源整改。

科技赋能两核，让投保、理赔更精准高效。2022年底，友邦人寿“智赔宝”在原有OCR图片识别模型的基础上，进一步推出了理赔智能相机服务，帮助客户实现互助式理赔申请，优化理赔递交流程，缩短理赔时间，让理赔更高效。

与此同时，为使客户投保更简单便捷，友邦人寿新建“智核芯”规则引擎，智能化生成及匹配投保问卷和审核规则，大大节省了新单的人工审核工作时间，从而进一步优化客户投保流程。

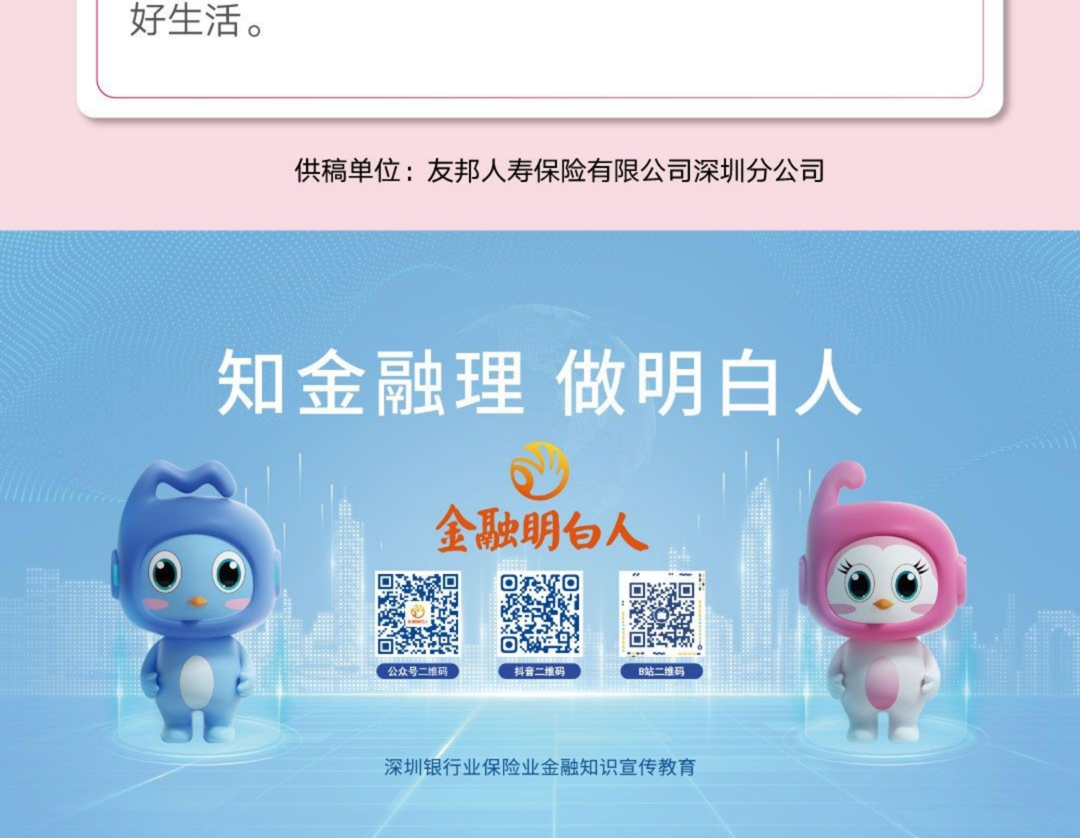
加大普及力度 开展消费者教育活动

结合“以客为先”的友邦文化以及消费者权益保护八大价值主张，友邦深圳将金融普及教育纳入常态化工作，积极拓展线上线下渠道，不断创新宣传形式，丰富活动内涵，多频共振，打造长期性、系统性的全渠道教育宣传矩阵。聚焦“一老一少一新”等特殊群体，给予金融教育资源倾斜，于细微处传递友邦消保文化的“温度”。

针对青少年，友邦深圳推出青少年财商教育计划—一“友+未来星”，打造丰富的线上青少年财商测评，线下“财智训练营”课程。多元化场景融合，让特区青少年通过游戏化、沉浸式、项目制等多样学习方式，从小掌握对其终身受用的金融知识，有效提升风险防范意识。

针对老人，友邦深圳开展线上宣传“守护友+”银发族金融适老行为调研等活动，了解老年人在金融服务与需求方面所面临的痛点、难点。线下多次走进社区街道，向社区内的老人宣传普及金融消费者八项权益、适当性教育、老年防诈骗指南等，积极推动友邦深圳乐龄计划公益项目落地，关爱高龄老人。

此外，随着今年国家个人养老金政策的推出，为帮助广大深圳新市民消费者充分了解政策及产品，友邦深圳通过新闻媒体推出《友邦保险消保小课堂》，梳理了重要的个人养老金知识点，供消费者了解参考。

刘兴科表示：“将消费者权益保护工作做实、做透是保险公司的责任担当。”未来，友邦深圳继续严格贯彻落实《银行保险机构消费者权益保护管理办法》规定的各项要求，不断探索、优化消保工作管理体系，以深圳速度积极响应各项监管规定，不断创新各项金融举措，用有温度的专业服务切实维护金融消费者的合法权益，为构建和谐有序的金融环境贡献一份力量，与金融消费者一起共创美好生活。

供稿单位：友邦人寿保险有限公司深圳分公司