

植根河洛 锐意进取 演绎生命精彩

——记生命人寿洛阳中心支公司总经理黄建军



生命人寿保险有限公司洛阳中心支公司总经理 黄建军

人物档案

黄建军 生命人寿保险有限公司洛阳中心支公司(下称洛阳中支)总经理,是生命人寿系统最年轻的中支老总。在他带领下,2013年,洛阳中支规模保费突破1.9亿元,个险期交保费收入722万元,同比增长36.35%。洛阳中支续期指标也全线飘红,成为生命人寿河南分公司第一家全面达成“四个九”的中支公司:个险13个月续费率、25个月续费率,银行险13个月续费率、25个月续费率全面超越90%。在业绩大幅度提升的同时,保单品质也经受住了市场的考验!截至2013年年底,洛阳中支已累计赔付890余万元,良好的服务赢得了市场和客户的认可。

1 风雨洗礼 “生命”之树枝繁叶茂

“我们每个人都只是‘生命’之树上的一枚叶子,没有枝干,必将失去‘生命’绿色,枯萎,凋落。我个人没有什么好说的,还是多关注一下我们身后这棵枝繁叶茂的‘生命’之树吧。”一开口,黄建军就“跑题”了。

黄建军说,洛阳中支能获得广大客户的信赖、支持并快速发展首先得益于生命人寿总公司雄厚的实力和在全国快速发展的大环境。

生命人寿是一家全国性的专业寿险公司,成立于2002年,现注册资本117.52亿元,总资产已超2000亿元,是国内资本实力最强的寿险公司之一,截至目前,已为客户提供保障超过5000亿元。

遵从“爱心、服务、创新、价值”的经营理念,秉持“内诚于心,外信于行”的核心价值观,生命人寿不断倡导求新、求变、求发展——

构建起覆盖全国重点省市区域的营销网络和多元化服务平台;34家分公司,1000多个分支机构和服务网点,超过13万人的管理和销售人员,95535客服热线全天候服务……

搭建起一个完整而富有特色的保额分红产品体系:从客户生命周期出发,以保额分红为主体,以保障型附加险和万能累积账户为两翼,集保障和长期储蓄功能为一体,充分体现出寿险回归保障的产品设计理念,为全国500多万名客户提供人寿保险和投资理财计划。

将客户服务贯穿于整个企业运作之中,把客户满意作为全部工作和最终目标,实现了与客户的零距离、个性化沟通,从而赢得了良好的社会口碑与极佳的客户赞同;在全国率先推出带息理赔服务,同时是全国第一家推出“1234”特色关爱理赔服务的寿险公司,即“500元以下1天赔付、住院客户2天探视、理赔客户3天内赔付、预付理赔客户4天内赔款到家”,使保险向着更人性化、更诚信的方向发展。

2012年生命人寿保费收入突破400亿元,同比增长71%,增速连续3年位居十大寿险公司之首!2013年保监会公布数据显示:生命人寿当年的规模保费(含保户投资款新增交费)已达到707亿元,在规模保费指标下的排名也升至第七位。

在原有生命人寿的基础上,财产保险公司、生命资产管理(香港)有限公司等相继开业,标志着生命人寿从单一寿险公司开始向综合金融集团转变。

自成立以来,生命人寿相继获得了“亚洲品牌500强”“中国寿险行业十大最具影响力知名品牌”“中国最具成长性保险公司”“十大最值得信赖的寿险公司”“中国保险行业最具竞争力十大领军品牌”“亚洲十大最具公信力品牌奖”等荣誉称号。

洛阳中支成立于2006年,下设宜阳、偃师、伊川、新安、嵩县5个营销服务部,内外勤员工400余人。自成立以来,公司始终坚持“诚信为本”,致力于为客户提供一流的保险产品和一流的理赔服务,截至目前已经为全市7万多名客户提供了包括人寿保险、意外险、健康险和养老保险在内的全方位风险保障解决方案和投资理财计划。



开启新征程

2 植根河洛 “携手提升生命价值”

“携手提升生命价值”是公司秉承的核心理念。‘生命者,乃一切财富中的第一财富也。’我们做的是提升生命价值的事业,我们的核心理念就是为客户、员工和社会提升价值。”黄建军说。

那么,如何实现“让客户、员工和社会共享生命人寿的经营成果”呢?黄建军表示,其中包含着“三位一体”互为因果的关系——

把客户珍视为公司最宝贵的财富,以先进的产品和诚信、专业的服务,通过为客户提供保险保障和理财增值提升客户的生活和人生价值;

以清晰明确的生涯规划和职业培训,通过公平的考核激励、富有吸引力的薪资福利和优秀的企业文化推动员工成长和人生价值的提升;

以高度的社会责任感,奉献于社会,服务于社会,履行社会义务提升生命保险的社会价值。

黄建军结合自己多年的保险从业经验,首先给员工尤其是外勤队伍提出的一个要求就是诚信。

他经常告诫大家,保险虽然是人人都需要的,但并不是

人人都会买的。究其原因,很多人对保险从业人员印象不好,诚信是最大的一个问题。要想改变大家对保险的看法,必须从根源上抓起,实事求是,不欺瞒、不误导、不夸大、不隐瞒,“宁肯少签一张保单,绝不误导一个客户”,要打造“诚信生命”的金字招牌,决不允许任何人给“生命”抹黑。

在销售队伍的建设上,黄建军有着独到的见解。他着力于创新发展,不搞人海战术,致力打造“高学历、高素质、高绩效”团队,以“体制更顺、管控更严、素质更高、队伍更稳”为主旨,成立了省内唯一的大学生精英团队——理财中心。他用自己的从业经历和感悟,为大家讲解保险行业的发展前景,激励大学生在保险业打拼。

通过一系列严格的训练,这些从象牙塔里走出来的大学生很快认可了保险行业,并迅速展示出了天之骄子的素质与实力,2013年,9月、10月,洛阳中支市区网点“一战成名”,在全省100多家生命人寿四级机构中脱颖而出,名列全省第二,被授予2013年优秀营销服务部!市区业务的提升,

也带动了县区的发展,2014年以来,宜阳、伊川的业务达成率进入全省前十,荣获一季度A类营销服务部荣誉。

在渠道建设上,黄建军亲自带领部门经理去拜访银行渠道和洛阳的各大中型企业,积极开拓银行业务和建筑工程质量保险等高保费、效益型渠道业务。2013年,洛阳中支团体险渠道保费收入110万元,名列全省第三;银行险业务规模保费收入1.96亿元。

对于续期工作开展,黄建军也高度关注。他经常与团队交流,要求大家围绕分支公司关于续期三大重点工作的指导思想与经营思路,把工作做实做细,坚持做好每天的拜访工作,为客户提供最细致的、有特色的服务,对于VIP客户的服务轨迹进行追踪与跟进。在做好服务工作的同时,风险防范的意识也要加强,规避和防范风险的各项指标都有了大幅度提升,团队伙伴服务意识和各项技能也在快速成长,客户对公司的信任度、满意度也在不断提升,公司品牌效应得到了强化。



业务研讨

3 责任担当 爱心让“生命”更精彩

其实,大家对生命人寿并不陌生,许多公益捐助活动中都能看到生命人寿的身影——

从成立至今,累计捐建学校10余所,救助贫困学生近千人,截至2013年5月,生命人寿用于促进教育事业的公益捐赠已达3000多万元。2013年5月,生命人寿启动专注于特殊需要儿童教育的“小海豚”公益项目。

自2010年起,生命人寿每年为中国维和警察和家属捐赠保额达5亿元的意外伤害及重大疾病保险,为这些维护世界安宁,在中国“大国崛起”中显示国家担当的和平卫士送去关爱和保障。

生命人寿已累计为汶川、玉树等灾区捐款捐物2000多万元。

2010年初,公司成立了“生命关爱基金”,成为业内首家专门为营销员队伍提供特别关爱和保障的爱心基金。

洛阳中支成立以来,积极履行企业公民的社会责任:

2012年5月13日,和市妇联联合举办了“做智慧母亲 育优秀人才”的专题讲座;当年,与《洛阳晚报》联合开展的“寻找伟大母亲”活动,引起了社会各界的关注、支持和共鸣。

2013年八一建军节前夕,向127师师部官兵捐赠空调等消暑慰问品。

2013年客户服务节期间,举办多场“养生大讲堂”,邀请到省内知名的老中医和养生专家,为客户讲解养生保健常识。



客户送来锦旗

“社会责任是企业的发展过程中不可或缺的重要方面,对社会责任的勇于担当体现出企业的使命感和责任感,对于以爱心为基础的寿险企业来讲尤为重要。企业的这种社会关怀文化影响和塑造着全体员工。”黄建军的这种理念贯穿在日常工作中,让每位员工都有发挥才智的平台,在共同的价值观作用下,内在潜能、工作主动性和创造精神被充分激发出来。近年,洛阳中支几乎没有员工跳槽离开公司,相反,

有很多外单位的人才要求加入,高素质人才的引进为公司的快速发展打下了坚实的基础。

对于自己,黄建军不愿谈太多,一直坚称,“留更多的笔墨给公司,给团队伙伴”。他说,与同业相比,生命人寿拥有一流的保险产品和良好的售后服务,更有不断创新的精神,但作为一家新兴的寿险公司,品牌知名度和美誉度仍需提升。公司将进一步夯实队伍基础,提升队伍素质、壮大队伍规模,来确保生命人寿能在激烈的市场竞争中稳步前行。

对于洛阳中支未来,他充满信心,将在做大做强现有团队的基础上,进一步完善网点布局,引进优秀人才,扩大营销队伍,提升管理水平,严格把控风险,以诚为本,不求一时增长,但求永续经营,提高理赔时效,为洛阳的父老提供更加完善周到的服务!

最后,他满怀深情地说:“回顾这些年,最大的收获就是选对了行业并且愿意在这个行业坚持下来。在最困难的时期啃馒头就咸菜,没有放弃,能够坚持下来,是因为始终坚信保险行业的未来是美好的!”

(郭建勇 唐永博)



客户服务节



联谊活动



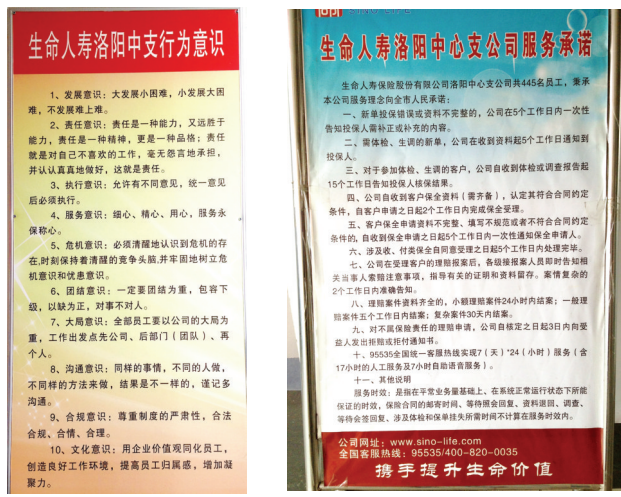
文艺演出



新产品推介



探望客户



提升“生命”价值