

杂志

地方杂志

图书

文集

论文

最新杂志

保险资讯 2010年第31...

保险研究 2010年第11...

保险研究—实践与探...

保险资讯 2010年第30...

保险资讯 2010年第29...

推荐资料



欢迎订阅 << 保险研究 >>

首

标题: 现阶段国有保险公司的发展策略

作者: 赵中明

作者单位:

导师:

其他作者:

中文摘要:

关键字: 发展策略 国有保险公司

类型: 其他保险 来源: 论文网

正文:

摘要: 国有保险公司经过几十年的发展,已具备了相当的规模,但在入世后,如何改善以往应新形势的发展要求,是一个重要课题。国有公司应坚持发展分散性业务的原则和策略,集中精力树立以客户为中心的服务理念;建立与客户新型的伙伴关系;为客户提供人性化和个性化的优质服务及投诉处理,以期迎来新时期更大的进步和发展。

中国“入世”后,面对急骤转型的保险市场,作为国内规模大、实力强的各国有保险公司,经营方式,适时适势,成功地实现其“升级”式转型,是摆在各公司面前一个鲜明的课题,也是答卷。

在中国保险市场并入国际保险市场大熔炉之际,在业务上,国有公司应充分发挥其网络优势和服务和管理上的劣势,在基本稳定原有客户群体的基础上,发展分散性业务,树立一种深入人心、客户服务的基本理念,批准近期公司发展的市场定位,才能充分地利用“入世”机遇,持续其发展。

一、坚持发展分散性业务的原则和策略,集中精力发展分散性业务

从现阶段来看,分散性业务尚属劳动密集型、技术密集型和资金密集型的业务,耗时费力比传统业务和传统做法而言。过去习惯于面向企业面向政府签大保单做大综业务的经营方式,进入经济体制架构的逐渐完善,保险业务已到了面向个人面向市场把分散性业务这块蛋糕做大的时候。任领域、私有领域、个人领域和农村领域方兴未艾格局的形成。近几年,国内保险市场的主打财险等的发展速度低于我国GDP的增长速度,而分散性业务的增长速度却远远高于我国GDP的增长速度。业务的自然增长规律和勃勃生机。因此不能因目前存在一些问题和困难就对分散性业务进行简单则,寻找佳策,集中精力,促其尽快发展。

1. 实行目标市场策略。目标市场策略是指将市场细分,实行市场区隔,以消费者为对象,和喜好、购买能力等,把整个市场划分为不同的消费群,并把大体相同的消费者作为一个细分市场,险种为之服务的目标市场。实行目标市场策略的先决条件是保险公司在选定的目标市场上要有与保险公司有能力去满足目标市场的需求,在选定的目标市场上有竞争优势。实行目标市场策略的产品服务市场,不同的产品也应实现其不同的市场区隔。例如对家财险应区别其公寓别墅、住宅不同的条款和保单。总之,目标市场策略即是在市场经济环境下,应变保险市场必有应变的保险用户群体。

2. 实行市场定位策略。保险公司要在客户的心目中,为产品和企业树立起鲜明、独特的形象。企业形象定位和产品定位的双重选购标准,这就要通过独特的宣传语言和独特的命名策略以及个性化的优质服务来实现。在宣传上,应区分不同的险种,针对该险种的客户群体,使用该客户群的语言撰写宣传手册和宣传单,使客户产生心理共鸣,从而确立公司的形象和产品在客户心中的定位。

3. 实行技术策略。保险产品没有产权保障,任何竞争者都可以抄袭。因此必须打难以抄袭的牌。搜集政府有关经济建设方面的政策、市场需求、保险消费、竞争者、赔款效益和资金融通等方面

司自身的产品目标，通过研究利润、销售、竞争和产品形象取向定价目标，实行科学的定价策略。产品市场取向、市场获取、市场收益的盲目性，再配合防止效仿的社会化服务性元素，以保持产品

4. 遵循商品流通原则。保险也是商品，同样有着商品的投入期、成长期、成熟期和衰退期。期，采取不同的经销策略。对处于投入期的险种，销售量小、费用开支大，暂时不见效益，不宜衰退期的产品，市场已经饱和，应压缩经销费用，进行市场坚守或市场收缩；对那些投保人增多增多，处于逐渐被市场认知和全面被市场接受的险种，要想尽办法充分利用，实施服务制胜、并进行险种改进、营销组合改进和市场销售环节的改进，千方百计延长其成长期和成熟期。

二、建立为客户服务的基本理念，坚实发展保险业务

修改后的《保险法》，将诚实信用原则专门列为一条，明显强调了诚实信用原则的立法意图。看，诚实信用原则是客户关系管理中强调对客户忠诚的最好体现。在公司的管理中必须树立一切的服务理念，把服务理念渗透到每一个从业人员的脑海中和公司的各个业务环节中去，为客户才能获得永续占领市场、保有客户。总之，当诚信成为一个公司的经营理念时，保险业务和效益将才

1. 树立以客户为中心的服务理念是一项长期的全员化的过程。保险公司要改变20多年所固有成一个新型的服务形象，决非一朝一夕之事。而最重要的是要使全员认识到，服务就是帮助客户用我们的产品而获益，认识到没有好的服务就不能充分显现出产品的好处，世上没有一流的产品务，只有一流的服务才能招来与保留一流的客户，没有一流的客户就不能造就一流的企业，没有一流的收入及光明的前途。

[1]

2

上一篇：国有保险公司的困境与解决对策

下一篇：建立个人寿险营销体系的探讨
