

平安人寿焦作中支 积极开展“金融知识普及月”宣传活动

本报讯(通讯员程雪)自“金融知识普及月、金融知识进万家、争做理性投资者、争做金融好网民”系列活动开展以来,中国平安人寿保险股份有限公司焦作中心支公司(以下简称平安人寿焦作中支)采取多项措施,积极宣传,收到了良好效果。

平安人寿焦作中支在各营业区、网点办公职场、客服柜面通过张贴海报、悬挂条幅、LED屏、自助广告机滚动播放活动宣传标语,设置金融知识宣传教育专栏,向客户介绍金融知识,让客户了解金融消费八大权益,警惕防范代理退保等内容,增强客户金融风险意识,远离非法集资。在办公点外设立金融知识普及宣传点,持续发

大地保险焦作中支 开展2022年“金融知识普及月”宣传活动

本报讯(通讯员王芳)为贯彻落实焦作银保监分局、焦作市保险行业协会关于开展2022年“金融知识普及月、金融知识进万家、争做理性投资者、争做金融好网民”活动精神,进一步提升社会公众金融素养,营造健康金融消费环境,不断提升金融消费者的获得感、幸福感与安全感,中国大地保险焦作中心支公司围绕“提升公众金融素养,促进国民金融健康,共建清朗网络空间,涵养良好金融生态”主题,开展“金融知识普及月”宣传活动。

该支公司线上、线下同步开展活动。线下举办“金融知识普及宣传进社区”活动,通过摆放宣传展板、悬挂横幅、派发宣传页等方式,安排业务经验丰富、沟通能力强的骨干担任宣传人员,以现场解答的形式向消费者普及反洗钱、反非法集资、防范电信网络诈骗、保护个人信息安全等金融知识,提醒市民尤其是老年人认识洗钱和非法集资的表现形式及危害,谨防各类电信、网络诈骗,保护好“钱袋子”;柜面人员利用客户等待时间主动讲解金

法集资、防欺诈等教育活动。

此外,平安人寿焦作中支通过微信公众号、视频号等自媒体途径宣传“金融知识普及月”相关内容,提醒广大消费者科学理财、合理借贷,理性选择适合自己的金融产品和服务,避免盲目投资和冲动交易,引导金融消费者自觉抵制网络金融谣言和金融负能量,共建清朗网络空间。

此次宣传活动,平安人寿焦作中支通过对内、对外及线上、线下等多种形式进行宣传,进一步提高公司员工、客户及广大市民对金融保险知识的理解能力,护好自己的“钱袋子”,助力消费者金融素养提升,共同维护良好金融秩序,共享美好生活。

融知识,进而引导广大金融消费者弘扬正能量。线上通过微信朋友圈转发金融知识考试等多种宣教方式,增强社会公众防范风险意识。

通过开展本次金融知识普及宣传活动,切实提高了消费者的金融知识运用和反诈辨别能力,进一步夯实了消费者学习金融知识的基础。中国大地保险焦作中心支公司将继续做好线上、线下公众教育宣传活动,扩展金融宣传教育的深度和广度。

保险人风采

做喜欢的自己 ——记中英人寿焦作中心 支公司郭丹丹

本报记者 孙阎河

“做喜欢的自己。”这是郭丹丹在培训团队时最喜欢讲的一句话。什么是“喜欢的自己”?郭丹丹是这样定义的:真诚、坚持、关爱。

2020年,步入保险行业已经10年的郭丹丹为了突破自我,也为了跳出传统保险行业多年来形成的窠臼,在了解了中英人寿保险有限公司“以关爱万家为企业愿景,以关爱为核心价值观,从正直与诚信出发演绎团队情、行动力、务实性、同理心”的企业文化后,毅然决然加入了刚刚进驻我市的中英人寿焦作中心支公司。

“做喜欢的自己”说起来容易,做起来却真的很难。当时的中英人寿焦作中心支公司因审批手续问题还暂时不能开拓业务,郭丹丹就带领团队反复学习培训,重树观念,一心要在略显沉闷的保险市场注入一股新的活力。

在高强度培训3个月后,郭丹丹带着自己的团队,代表中英人寿以崭新的面貌进入市场。很快,不同的企业文化、新颖的拓展方式、全新的服务理念,让郭丹丹和自己的团队赢得了一批客户的认可。但是,美好的事物总是那么短暂。在取得了首轮业绩高潮之后,团队很快就陷入了低迷期。没有了激情,没有了业绩,更重要的是原本120多人的团队也流失了一半。一连串的打击让一直乐观向上的郭丹丹产生了很多的困惑。“是自己坚守的信念不切实际?是自己选择的道路过于艰难?是自己梦想的真诚客户关系根本不存在?”她一遍又一遍地暗自问自己,失望、迷茫、颓丧的神情时不时地展现在脸上。

“丹丹,既然是自己认定的路,就要坚持走下去,公司永远是你坚强的后盾。”关键时刻,中心支公司领导的一番谈话让郭丹丹重新迸发出激情。重新整合团队,再次梳理名单,充分了解客户,合理组合产品,郭丹丹充满信心地告诉同样陷入茫然的团队成员:“我们一定能够成功!如果不信,我干给你们看。”就这样,在步入2022年的第一个星期,郭丹丹就取得了59.5万元保单的良好业绩。其中,一笔50万元的大额保单更是出现了戏剧性的一幕。原来,这位老客户想要给即将结婚的女儿准备一笔陪嫁款,在征求郭丹丹的意见时,她建议对方给女儿买一份“增额终身寿”产品,这样无论将来孩子遇到什么特殊情况,这笔款项都永远属于孩子。可是这位客户十分犹豫,过了几天后告诉郭丹丹:“你这么热情,又这么辛苦,我先买个10万元的健康险吧。”郭丹丹当即就婉转地拒绝了,说:“10万元的单子对我来说确实是一项不小的业绩。但是,对您意义不大。”团队成员得知这个消息后,都十分遗憾。郭丹丹却说:“原本我是替客户打算,最后却变成了客户为我着想,这种从关照我的角度才买的保单,让我心里很不舒服,这不是‘我喜欢的自己’。”一个星期后,该客户给郭丹丹打来电话说:“我好好想了想,你确实是替我考虑。”之后,他就买了一款150万元分3年支付的保险产品。

前不久,郭丹丹入围行业最高荣誉——“百万圆桌会议MDRT”。

图片新闻



近日,太保产险焦作中心支公司组织全体员工在市龙源湖公园举行了以“喜迎二十大、永远跟党走”为主题的健康公益行活动启动仪式。

此次健康公益行徒步走活动向公众宣传了“阿尔茨海默病”防治相关知识,展现太保人心怀大爱、坚定信仰、爱党爱国的精神风貌。

李兴存 摄

中国人寿:擘画美好新蓝图

本报讯(记者张蕊)进入“十四五”,中国人寿坚守保险姓保、回归本源核心理念,坚守高质量发展主题主线,深化四个领域改革,构建五大核心竞争优势,坚持“六个毫不动摇”,积极探索一条中国特色寿险发展道路,努力为守护人民美好生活作出新的更大贡献。

全方位推进“四化”改革。一是积极推进数字化改革,构建以数据为关键生产要素、以现代信息网络为重要载体、以数字技术应用为主要特征的数字化经营模式,让数据跑起来、活起来、用起来。二是积极推进综合化改革,围绕客户“全生命周期”保险保障需求,整合产品和渠道,打造“一个客户、多个产品、一站式服务”。三是积极推进专业化改革,专注寿险经营,不断提高销售队伍专业素养,提升运营服务效率,打造一批科技、精算、医养等方面的专业领军队伍,为客户提供

更加优质的产品和服务。四是积极推进市场化改革,进一步提升内部活力、内生动力,提升投资回报率,优化投入产出比。

加速构建“五大核心”竞争优势。一是打造产品服务优势。推进产品功能场景化、组合多样化、客群个性化,形成一批“人无我有,人有我优”的拳头产品,让公司高品质运营服务和保险产品成为客户的理想选择。二是打造营销体系优势,形成数字时代线上、线下相结合的新优势。三是打造生态平台优势。重点围绕大健康、大养老领域,持续构建新模式,支持社会治理现代化。四是打造资金运用优势。强化跨周期配置,积极参与国家战略投资项目,为社会经济发展提供长期资金支持,稳定投资收益水平。五是打造风险防控优势。把依法依规经营作为生命线、价值线,推动合规控制关口前移,守牢风险防控底线。

坚持“六个毫不动摇”。即坚持服务“国之大者”不动摇、坚持高质量发展不动摇、坚持“以客户为中心”不动摇、坚持队伍建设不动摇、坚持改革创新不动摇、坚持防控风险不动摇。

品牌严选
保险公司

CHINA LIFE
中国人寿

地址:塔南路469号中国人寿大厦
客服电话:95519

金融帮办

证券 银行 保险

帮您解决金融消费过程中的烦心事、麻烦事 帮办热线:15517762622