

# 汇丰人寿叫停个险营销 友邦保险改善营销员待遇

## 保险营销员待遇冰火两重天

庞大的营销员团队对国内保险业快速发展功不可没,但高脱落、低待遇、频扰民、缺服务等也成为社会关注的焦点。因此,保险行业不断寻求营销体制的创新改革。然而在创新过程中营销员待遇却出现分化,多家保险公司几乎在同一时间对营销员的制度做出新的调整。

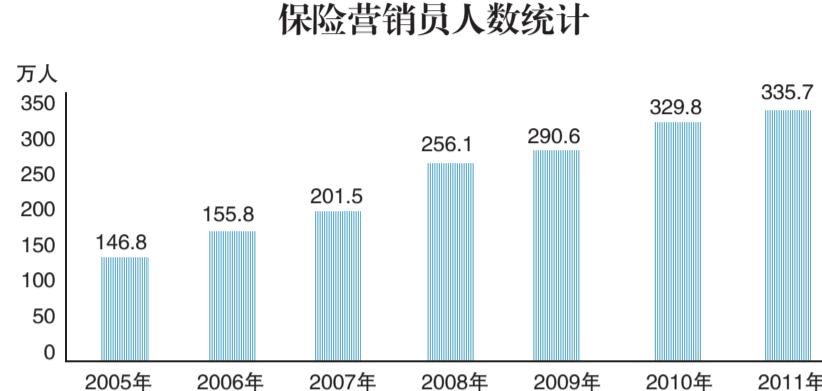
近日,汇丰人寿叫停了中国地区的个人营销;恰好这一时间节点,率先引入国内个人营销制度的友邦保险却在上海再次发力,推动营销员完善服务、提高工作效率;而同样为合资公司的新光海航人寿借鉴台湾地区的经验,培养出了首批“员工制”营销精英。

### 汇丰人寿 关闭中国区个险业务

3月20日,汇丰人寿突然宣布关闭在中国内地的个人营销渠道,公司称将重点发展银保业务。这项通知也令汇丰人寿个险营销员有些措手不及。汇丰人寿对此项决定发布声明称,汇丰人寿将继续在中国内地发展人寿保险业务,重点将与汇丰银行、恒生银行及交通银行等战略合作银行合作。此次关闭个人营销渠道,不会对个人营销渠道的现有客户产生影响;个人营销渠道客户的保单将继续保持有效,汇丰人寿将继续为现有的个人营销渠道客户提供服务,只是不再受理个人营销渠道的新客户业务。

对于汇丰人寿采取此举的原因,分析人士认为,关闭个险业务主要还是为了降低运营成本,毕竟代理人渠道成本很高,而且对其业务的贡献度也比较有限;从公司去年的经营数据也可印证这一点,汇丰人寿去年在中国内地的保费收入达5.29亿元,其中92%的新单业绩来自银保业务。在他看来,该做法对汇丰人寿发展来讲并不见得是坏事,所谓术业有专攻也正是这个道理。此前,汇丰人寿开展的保险业务以银保最知名。不过,此次汇丰人寿颇令市场意外的举动,也暴露出国内保全公司发展个人营销模式的曲折。

普华永道今年发布的第六次《外资保险公司在中国》调查报告指出,代理人渠道对外资保险已失去吸引力,人寿保险业正经历其分配渠道中的重要重组,去年有超过半数受访者相信通过银行渠道发行



### 保监会力推营销员管理体制改革

保险营销员管理体制关系不顺、管理粗放、队伍不稳、素质不高问题突出,成为保险营销队伍发展中遇到的主要矛盾和问题。

2010年9月,保监会发布《关于改革完善保险营销员管理体制改革的意见》,要逐步转变人力和规模考核导向的利益分配机制,改善保险营销员的收入水平和福利待遇,提高保险营销员的职业归属感和公司认同感,促进保险营销队伍稳定发展。

时隔两年,也就是2012年9月,保监会再发《关于坚定不移推进保险营销员管理体制改革的意见》,提出保险公司应当逐步理顺与营销员的法律关系,为营销员提供劳动者基本的法律身份、薪酬待遇和社会保障。

保险业务将是大势所趋。汇丰人寿砍掉个险业务与报告预测的趋势可谓不谋而合。北京商报记者还了解到,汇丰人寿自去年下半年就开始采取整合部门、精减人员,主要为了进一步顺应汇丰集团节省成本、专注利润为导向的战略。

对于汇丰叫停个人营销业务,固有的营销员如何处置成为一个难题。据悉,汇丰人寿上百位个险营销员及部分员工难以接受这一现实,欲向公司讨说法。此消息一出,中德安联人寿随即也发布公告称,愿意为汇丰人寿所有的个险营销员提供相对应的工作岗位和发展机会。

### 友邦保险

#### 加码打造专业精英营销队伍

友邦保险1992年将代理人制度引进中国市场,20年来我国保险业的迅速发展与该体制的引入密不可分,营销员渠道也成为带动友邦保险中国业务增长的核心渠道。去年我国寿险行业进入深入调整期,业务增速降至个位数,在这种背景下,友邦中国去年的业务仍比较突出,其年化

新保费达到2.15亿美元;新业务价值同比增长22%达到1.24亿美元。据悉,友邦中国去年新业务价值方面,90%的增长来自于个险代理人渠道;在保费增长方面,个险代理人渠道贡献率比例约为80%。

友邦中国首席执行官蔡强近日在上海召开的业绩发布会上指出,银保、电销渠道投入产出快,相比之下,代理人渠道的建立投入较大,且需要长期发展。营销员体制本身并没有问题,因为保险产品十分复杂,销售过程中需要面对面的交流,但粗放的发展方式难以持续,因此需要培养一支职业化、标准化、专业化、信息化的营销员队伍。

友邦中国近年来深入进行营销员体制改革,欲将代理人培养成专业的投资理财队伍,在具体举措方面,友邦中国提高了营销员素质。除了提高准入门槛外,还加大了培训力度,率先提倡解决代理人的职业化问题,并推出系列激励机制增强代理人的待遇及归属感。

蔡强认为,代理人渠道要做到成本适中,就必须提高产能,为了提高代理人工

作效率,友邦中国近日还推出一站式互动销售系统平台(AIA Touch 2.0),通过载有AIA Touch 2.0的iPad,即可协商制定产品方案,并据此填写投保申请书、客户健康状况,开设账号、签署保单、即时付款、直接提交录入公司后台系统,整个投保流程可在20分钟内完成。

友邦中国首席业务执行官方志男向北京商报记者介绍,通过该平台不仅大大缩短了培训时间,提高了代理人的营销效率,更重要的是有助于公司有针对性地进行培训,从而全面提高代理人产能。通过电子化操作记录的反馈,该平台系统今后可将代理人展业过程中存在的各种问题进行汇总,从而使后期培训更加有效,帮助公司培训打造精英营销队伍。

### 新光海航 首批员工制营销员培训完成

北京商报记者近日获悉,新光海航今年年初推出的“猎豹个险精英干部培养计划”正式完成培训,来自北京、陕西等地的19名“员工制”营销员即将展业。

与大部分公司不同的是,新光海航人寿此次培养计划对象并不是公司在职的优秀营销员,而是以具有竞争力的薪资待遇从社会上招聘人才,其中一部分人在培训前甚至对保险行业了解很少;受聘的营销员直接与公司签订正式劳动合同,享受正式员工薪资待遇、法定假期和福利保障等。

本次培训计划为保险营销员管理体制改革迈出试水第一步,接着还将后期辅导及训练,公司对此项目将投入超过300万元。目前公司只培育了第一批,若达到预期效果,公司还将培育更多批次。新光海航人寿培训部副总经理孔德邻介绍称,培训围绕保险行业发展、企业文化、营销理念、专业化销售流程和技能、金融理财知识、法务合规等内容,同时还将穿插红酒品鉴、高尔夫训练、艺术品鉴赏等高端社交知识,从而塑造素质高、精致化的保险营销人员,也为新光海航人寿的发展储备人才和个险营销管理干部梯队。在改革创新方面,新光海航人寿率先试水营销员员工制,将备受市场关注。

事实上,目前其他公司也在改革方面有了一些动作,建信人寿从去年年末开始筹建营销员合约模式,首先全部采用代理合同,然后对通过业务等方面综合考核的优秀营销主管,采用代理制与一小时合同制混合的用工体制,公司提供五险一金,试图通过双轨制逐渐转变代理人的尴尬身份。

北京商报记者 刘伟

## 遗失声明

### 中意人寿北京分公司银保通专用保险合同册

GC0076605至GC0076699	GC0128436至GC0128439	GC0170646至GC0170659	GC0036337至GC0036339	GC0093997至GC0093999
GC0099795至GC0099799	GC0128448至GC0128454	GC0170690至GC0170699	GC0036911至GC0036914	GC0094003至GC0094029
GC0099902至GC0099929	GC0136776至GC0136789	GC0170731至GC0170750	GC0076878至GC0076880	GC0101334至GC0101338
GC0100007至GC0100009	GC0136801至GC0136859	GC0170871至GC0170873	GC0076901至GC0076904	GC0101587至GC0101599
GC0100601至GC0100605	GC0136861至GC0136900	GC0170933至GC0170942	GC0076920至GC0076925	GC0128792至GC0128794
GC0100843至GC0100849	GC0136942至GC0136950	GC0171001至GC0171009	GC0076975至GC0077030	GC0128800至GC0128802
GC0101090至GC0101119	GC0165353至GC0165369	GC0259210至GC0259250	GC0092632至GC0092699	GC0129711至GC0129714
GC0101220至GC0101239	GC0165401至GC0165404	606312975至606312984	GC0093622至GC0093679	GC0133044至GC0133099
GC0128046至GC0128049	GC0165436至GC0165454	606313000至606313010	GC0093831至GC0093839	GC0133214至GC0133221
GC0128054至GC0128058	GC0165475至GC0165479	606312986至606312995	GC0093960至GC0093973	GC0133251至GC0133259
GC0128302至GC0128308	GC0165496至GC0165505	606242829至606242843	GC0093975至GC0093978	GC0133345至GC0133347
GC0128342至GC0128348	GC0170615至GC0170629	GC0036330至GC0036334	GC0093982至GC0093984	GC0171191至GC0171199