

第十四屆資本傑出企業成就獎 THE 14TH CAPITAL OUTSTANDING ENTERPRISE AWARDS



• 傑出人壽及醫療保險公司

Cigna
信諾環球人壽保險
待客以誠 盡心服務

保險行業的競爭激烈，若需突圍而出，必須推出創新服務，並貫徹以客為先的專業服務。Cigna 信諾環球人壽保險有限公司多年來盡心盡意對待每一位客戶，矢志提升客戶的健康、安康及保障。為實踐承諾，Cigna 不斷力臻完美，產品推陳出新，以滿足每位客戶的獨特需要。

撰文 黃慕群 | 攝影 張展銳

Cigna 總部設於美國，業務遍佈全球 30 多個國家。在香港已成立超過 80 年，提供醫療、人壽、意外等計劃，團隊經過嚴格的培訓，以專業優越的服務照顧客戶。Cigna 市場推廣部總監鄭嘉雯接受專訪時表示，集團每年進行客戶意見調查，以推出符合市場需要的新服務。「市場瞬息萬變，了解客戶的工作不容有失。我們會定期訪問客戶，從他們的寶貴意見中構思新服務。當服務已有基本概念時，我們會再進行調查，就計劃的保障範圍、價錢、售後服務等細節研究，制訂最適合的方案才推出市場。」鄭嘉雯說。早前 Cigna 根據市場的統計，發現七成人會考慮網上購買保險，因此推出網上即時報價及投保平台，方便客戶。審慎調查加上事

事從客戶角度出發，Cigna 推出的服務照顧客戶實際需要，亦成為業界的指標。

長者人壽及危疾計劃廣受認同

鄭嘉雯說，近年市民的保險意識不斷提升，連長者也關注其保險需要，然而坊間缺乏針對長者的保險計劃，即使有相關服務，申請手續繁複，申報事項多，令不少長者卻步。有見及此，Cigna 推出「信諾耆安人壽保」，專為 55 至 85 歲人士而設，人壽保障投保額由八萬港元至十五萬港元，計劃以保證承保為賣點，申請人毋須驗身及申報健康狀況，保費保證不變，不會因受保人年紀漸長或健康狀況改變而增加。

「以前資訊未發達，保險未流行，不少人沒有購買保險的習慣。現時長者開始認識保險，對保險的需求上升。根據我們的市場調查，長者投保最怕是手續複雜，亦擔心年紀大及身體狀況無法投保，所以信諾耆安人壽保以簡單直接的形式接受申請，投保門檻低，只要長者清晰自己的需要，願意繳保費，我們便不會理會身體狀況即可承保。」鄭嘉雯說。她續指，計劃推出後廣受客戶認同，不少長者自行投保，亦接獲不少長者的子女查詢，幫父母投保。

另一項廣受認同的計劃「信諾預防危疾保」以全面保障為賣點，鄭嘉雯表示：「我們設計每項計劃均以客戶利益為大前提。坊間不少危疾計劃都只著眼於客戶發病後的賠償事宜，但 Cigna 更重視與我們的客戶一起防患於未然，以求減低客戶從一般疾病（如高血壓）而演變成危疾的風險。此外，Cigna 亦以照顧客戶於確診時的需要為大前提，為他們預支投保額的一成作治療費用，以使他們更感安心。」她續指，為鼓勵客戶關心健康，此計劃的客戶每年會獲得免費身體檢查，了解身體狀況。如果每年身體檢查報告結果正常，翌年保單更可得到折扣優惠。

服務以客為先 專業精神無可取代

無微不至關心客戶健康，恪守承諾的 Cigna 在市場



信諾耆安人壽保可透過電話或上網申請，非常方便。

上贏得極佳口碑。前線同事為客戶提供保險選擇時，會先分析客戶現行保單，再按其個人需要作出合適建議，一切從客戶角度出發。鄭嘉雯指，曾經有一位客戶於續保時選擇取消保單，轉投另一間保險公司；同事當時沒有放棄，反而紀錄客戶取消保單的原因及日期，並於下一年再次接觸這名舊客戶，並查詢對方是否需要協助，保單是否滿足其需要，結果，對方因 Cigna 對其重視和貼心的服務而深受感動，重新成為 Cigna 的客戶。

另一個以客為先的例子是一名要求快速賠償住院現金的客戶。一般而言，只要提交足夠文件，六個工作天已可獲得賠償，然而該客戶因特殊經濟需要，希望盡快得到處理。同事收到客戶的請求後馬上處理，發現對方文件齊全便立刻批核並寄出支票，前後只花了兩個工作天，客戶對此高效率的服務表示感激。上述個案充分反映了 Cigna 在不同層面上堅守待客承諾，是百分百以客為先的企業。鄭嘉雯說：「現時香港有多間保險公司，產品選擇眾多，市場競爭激烈，但唯獨以誠待客的專業精神無可取代。」

切勿胡亂投保 宜事前多作查詢

保險產品五花八門，鄭嘉雯建議，市民投保前應該考慮自己的實際需要，挑選最合適的產品。「客戶要按實際情況考慮，例如家庭收入、父母供養情況、整體開支、過往健康歷史等，來衡量自己需要的計劃及負擔能力。建議客戶選擇信譽良好的公司，並參考該公司的索償處理。最重要是，有疑問要多作查詢，了解清楚保單內容。」鄭嘉雯說。