

發展多元化銷售渠道 配合消費者主導時代

處於資訊發達的年代，網絡已經成為香港人生活不可或缺的一環，不論是即時通訊軟件、互聯網、社交媒體，或是網上遊戲；我們每天都拿着智能手機，每分每秒也在連線，不只是年輕人，連長者也不例外。相對過往而言，消費者對所需要的產品及服務掌握更多資料，而這正影響着其消費模式；隨之個人財務或保險等市場亦有所改變，由過去的服務提供者主導變成今天的消費者主導。有遠見的公司，自然會針對這樣的趨勢，為消費者提供最切合他們需要的服務。

已退休人士上網人數急增 6 倍

統計數據顯示，網上購物的熱潮在過去4年便上升了4成，8成的消費者會於購物前在網上搜尋相關產品或服務的資料，當中近7成人士都會考慮於網上購買保險。令人意想不到的，使用互聯網去搜尋資料、處理日常事務或瀏覽社交網站的趨勢，已經不再局限於年輕人。據統計，55歲或以上長者使用互聯網的比率，在過去10年間增加了3倍以上，當中65歲以上長者更急增6倍！由此可見，使用互聯網或於網上購物，已經是所有年齡階層都已接受的趨勢。


市場上因而有保險公司發展網頁、社交網站及



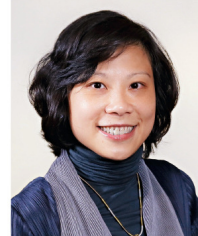
手機應用程式等新世代銷售渠道，以滿足消費者的需要。過去網上保險服務多以汽車保險、旅遊保險、家居保險等保險種類為主，當中的服務範圍主要是獲得即時報價、投保，以及支付保費。近來有保險公司看準愈來愈多長者使用互聯網搜尋資料及購買產品的趨勢，推出專為長者而設的人壽保險，並提供網上即時報價及投保服務。

產品設計精簡 投保更加方便

有關的網上投保平台，特別針對55至85歲的長者或其子女而設，只需於網上填入投保資料、確認、付款這數個簡單步驟，整個過程只需約十分鐘，省時方便。為了配合網上銷售，該產品結構簡單，容易理解，不問健康狀況，亦毋須驗身，保證承保。香港人生活繁忙，瀏覽網站或於網上處理個人事務已成為很多人的習慣，此網上投保平台配合長者或其家人可以隨時隨地、足不出戶都能為自己或家中的長者購買，並即時獲得保障，確實能為忙碌的香港人帶來很多方便。

至於消費者最關注的個人資料保安問題，該網站採用業界在互聯網上為資料作加密保護的最安全標準；網站的伺服器亦設有「防火牆」，以防遭任何未經授權人士登入及作不當使用。有了這些措施，消費者便可更安心使用此平台投保。隨着社會變化和科技高速發展，保險市場的主導者角色，已由過往的服務提供者轉變為今天的消費者。只有以客為先、能因應趨勢而改變經營方式的保險公司，才能夠提供多元化的消費渠道及相關產品，去配合客戶的喜好和需要，並可以在市場上贏得愈來愈多客戶的信任和認同。 

◀市場上有網上投保平台，特別針對55至85歲的長者或其子女而設，投保時只需於網上填入投保資料、確認、付款這數個簡單步驟。



鄭嘉雯


信諾環球人壽保險
市場推廣部總監

●資訊發達的年代，消費者對所需要的產品及服務掌握更多資料，個人財務或保險等市場亦有所改變，由過去的服務提供者主導變成今天的消費者主導。
●有保險公司看準愈來愈多長者使用互聯網搜尋資料及於網上購物的趨勢，推出專為長者而設的人壽保險，並提供網上即時報價及投保服務。