

# 新聞稿

2019-2-21

## 瞄準新世代族群 中壽導入新思維培訓課程

### 分階課程輔以數位化系統工具 助業務人員提供有溫度的保險體驗

體驗行銷正夯，客戶更重視商品及服務帶來情感層面的價值與感受。如同週末滿座咖啡館裡的客人，除了品嚐咖啡更沉浸在舒適環境氛圍裡的那份悠閒放鬆，許多保戶在意商品本身之外，也愈來愈看重專業的諮詢、規劃及有溫度的關懷服務。當千禧世代躍為主要消費客群，型態從實體金融位移到數位金融，客群特質將決定壽險業未來的保險體驗。中國人壽掌握趨勢潮流，推動業務通路轉型，接軌數位科技，養成專業職能，除了統一的培訓課程，還結合國際知名教育機構及顧問公司的分析與診斷，發展出行銷尖兵、增員高手及主管大師三大系列，專屬中壽的業務銜接訓練課程，不斷充實各項知識技能，輔以數位工具的運用，提供多場域、科學化及系統化的學習環境，培養出新思維的業務同仁，讓保險不再只是無形商品，而是從顧客需求出發的有感服務。

中壽業務培訓課程內容按職級區分，以行銷尖兵系列先厚實新人商品銷售的知識及能力；業務主任以上則透過增員高手課程，強化增員系統應用及實務技巧，加速組織發展的效益；襄理級以上的主管大師課程，則是協助建立培育新人的能力，再輔以中壽獨家開發的系統數位化工具「i-Agent」、「i-Share」等，讓新鮮人循序漸進成為全方位業務精英人才。除了基礎及銜接訓練，中壽也很重視業務同仁的職能精進，定期安排專業技能、財經知識、社會保險乃至於稅務等進修課程，有系統化課程也有案例角色演練，並透過 e-learning 系統，打造多場域的學習環境，讓業務同仁能夠不受時間空間限制，隨時隨地都能充實自身本職學能，提供專業服務。

中壽「i-Agent」系統可隨時檢視客戶資料及行事曆安排，快速掌握目標設定，業務同仁能設定每一位客戶及其家人的重要日期，如生日、保單到期日等等，提醒業務同仁應聯繫客戶，平常不會過度打擾保戶的工作及生活，在需要關懷與服務時自動出現；而主管能依據同仁的活動量管理及內容紀錄適時給予建議，輔導有固定頻率，讓同仁在行銷、增員及服務過程中遭遇困難前就及時發現問題並協助解決，良好的專業基礎再藉由實戰經驗的修正調整不斷強化，讓培訓科學化、系統化，更有效率。

未來保戶將更重視體驗，壽險是人的事業，對人的尊重與關懷的那份心意是無可取代的，中壽數位化業務團隊，厚植專業知識涵養，運用數位科技工具成為助力，如「i-Agent」、「i-Share」及正在導入中的行動理賠、保單健檢等，在業務同仁提供服務時，讓保戶感受到有「速度」的便利，以及有「溫度」的關懷。

新聞聯絡人：

中國人壽 公關部

陳盈儒 [julia.chen@chinalife.com.tw](mailto:julia.chen@chinalife.com.tw) 02-2719-6678#1050/0939-236-405

鄒沛峯 [jalen@chinalife.com.tw](mailto:jalen@chinalife.com.tw) 02-2719-6678#1042/0920-161-435

第 1 頁，共 1 頁