



定制时代的金融客服范本

——国网英大集团客户服务工作纪实

当下，国网英大集团逐渐建立起以客户为中心，配以制度建设、技术保障、客户合法权益保护、个性化服务的市场战略，在角逐激烈的金融市场中，打造核心竞争力。

文 | 本刊特约记者 许玉婷

当下，在国家政策以及大数据、云计算等互联网技术的推动下，诸多企业已经进入定制化时代，而客户服务作为企业与用户最直接的接触点，不仅是企业客户数据积累的关键环节，还成为企业克敌制胜的重要法宝。

当前，国网英大金融逐渐建立起以客户为中心，并配套以制度建设的市场战略，在角逐激烈的金融市场中，围绕客户战略打造核心竞争力。

持续改善用户体验

以客户为中心的理念，与以产品为中心的传统理念相对。在产品为中心的企业里，一切围绕产品，竭力降低产品成本、提高产品质量和效益；在客户为中心的企业里，则是一切围绕客户，从客户的需求出发，提供客户所需的产品和服务。

国网英大集团“以客户为中心”的理念，

在定制时代的客户服务，不仅需要高质量的服务，更需要切实保护客户的合法权益。

点点滴滴体现客户服务的方方面面，具体表现为以客户为中心，保护客户合法权益，个性化服务上，同时贯穿于旗下各公司的日常管理运营中。

英大人寿为持续改善客户体验，制定推出个人业务理赔十大服务举措，编写公司十大理赔典型案例，印制《英大人寿个人业务理赔服务手册》向业务人员、客户宣传公司的理赔服务；完成电话在线升级服务项目上线，推出12项电话在线服务从而带给客户快捷的服务，并在自然灾害发生，民众出行不便时，推出个人客户迎峰度汛爱心服务举措并宣导推广。

英大长安公司制定了编发客户服务手册、日常咨询、处理投诉、保单维护、客户回访、客户培训、协助索赔、保险公司服务质量评价、提交客户服务工作报告等九项客户服务的作业标准，从而提升客户体验。

英大证券则加强客户咨询与投诉业务、客户回访、客服平台运维与管理、投资者教育、营业部客服工作指导与监督等工作，通过全国统一客服热线、电子邮箱、在线客服等途径，向所有分支机构客户提供咨询、投诉、回访业务。

保护客户合法权益

在定制时代的客户服务，不仅需要高质量的服务，更需要切实保护客户的合法权益。这既是由金融行业本身复杂的特点决定的，也是企业承担社会责任的必然要求。一旦脱离保护客户合法权益这条原则，以客户为中心便成了空中楼阁。

英大财险严格遵循监管部门要求，加强制度建设，夯实消费者权益保护工作基础，在承保端如实告知消费者保险责任、条款约定及承保须知，通过微信、电话、网站和呼叫中心为

客户提供实时资讯、查询、理赔回访等服务，建立客户投诉全流程处理和监控机制。

英大人寿高度重视客户权益保护工作，通过微信、职场、媒体刊稿等线上线下平台开展系列宣传，为消费者提供保险咨询服务，帮助消费者了解保险，明白消费。同时，进一步完善投诉处理制度，编制群体性投诉处理、舆情风险防范等典型性事件处理案例，通过定期组织技能培训等，加强对分支机构业务指导，提升投诉处理技能，快速妥善化解纠纷，积极维护客户权益。组织开展了群体性投诉应急处理演练，有效提升了公司对群体性投诉事件快速反应的应急处理能力。此外，以保护客户合法权益为原则支持个险农电工、银保电力营业厅、团险职域开拓等新业务模式的承保出单。

英大信托十分重视保护客户的合法权益。首先，合同签署过程中认真尽责向投资者进行风险提示，依法合规、履职尽责地进行信托资产管理和信息披露义务；其次，通过公司网站、电话、微信、现场接待等多种形式为客户答疑解惑，以积极、有效的态度和工作保护客户的合法权益。

增值服务快速跟进

所谓增值服务，是指根据客户需要，为客户提供的超出常规服务范围的服务。在提供基本服务的基础上，满足更多的顾客期望，为客户提供更多的利益和不同于其他企业的优质服务，可以最大程度凸显出自身的比较优势。

此外，增值服务是竞争力强的企业区别于其他的重要特点之一。例如丰田汽车公司提出一个星期的交货期，在基本服务的基础上为客户提供了其他公司无法做到的增值服务；摩托罗拉公司可以根据客户的要求生产出定做的产

品，这也为客户提供了增值服务。

英大财险为公司车险客户提供优质增值服务，定期开展公司车险会员活动，提供免费检车、代办年检和车辆保养等增值服务项目，扩大公司品牌影响力和知名度。公司总部与全国性救援公司签订总对总协议，为客户提供电瓶充电、更换轮胎等非事故救援，并在全辖内推广“7+N”增值服务体系，提高续保率和客户满意度。

英大人寿为客户提供独具特色的“主动理赔慰问探视服务”。公司理赔人员在接到客户报案后1个工作日内对客户进行电话回访，与符合慰问探视服务范围的客户约定时间，由理赔服务人员代表公司主动探视客户，慰问并赠送服务礼品，送去温馨祝福。同时，主动提供理赔咨询服务，送达理赔服务专用资料袋、理赔申请书，讲解理赔流程，指导并协助客户准备理赔申请资料，完成理赔流程。

当前，英大信托已经为客户提供客户经理制、上门签约等个性化服务，对潜力个人客户进行一对一推介服务，点对点深挖，对于重点地区带队上门拜访，并通过组织财富管理、理财沙龙、客户答谢、产品推介等专题客户联谊活动，增加公司客户的忠诚度和客户覆盖的广度。

英大证券进一步健全投资者适当性制度，完善投诉机制，充分发挥自身优势，深入开展投资者教育与保护工作，切实维护投资者合法权益。

而英大长安保险客户服务中心竭力为客户提供个性化定制服务。在接到客户报案后，第一时间向保险公司转报案。立即启动大面积自然灾害保险协助索赔应急预案，公司领导带队专程拜访客户单位，组织力量参与现场查勘，协助开展索赔工作。

信息手段及时到位

在人们印象中，早期的客户服务以电话为主，随着互联网技术发展，出现了在线客服，这不仅极大缩减了企业构建客服系统的成本，还较大提升了客户满意度。

在当今互联网+时代下，高效运转的客服系统有赖于与时俱进的信息技术，例如全智能客服系统还提供“服务直达”“语音识别”“服务监控”“智能绩效”等智能化服务，彻底革新传统客服服务体系，全方位提升客户体验。

英大财险秉承“以客户为中心、全流程一体化”的经营理念，以优质服务促进车险业务上规模发展，公司成立车险会员俱乐部，搭建会员客户服务体系，建设CRM客户关系管理系统作为主要信息系统管理工具。客户在公司投保后便可实时收到短信通知，告知客户会员信息及相应增值服务，在重大节日、保单即将到期日、客户生日、汛期、客户节等特殊日期会收到温馨短信祝福和贴心提示，公司微信和外网将于日后推出客户自主会员积分查询功能，实现客户端自主订购增值服务，真正实现了与客户多维度交互、提高客户粘性的经营宗旨。

英大人寿则推进多媒体平台“我的信函”在线查询和下载，提高信函寄达成功率，提升信函投递业务满意度。同时，对公司理赔服务进行包装并在投保单中增加服务介绍及理赔指南，加大宣传力度。此外，通过微信或PAD向客户推送典型理赔案例和知识介绍类材料、保全和续期服务消息提醒，并提供生存金、红利、万能账户查询服务。

英大信托则从CRM系统、客户服务支持系统研究、微信平台等方面着手打造符合市场要求、具体信息化营销体系，丰富客户服务手段，提高客户服务能力。E

高效运转的客服系统有赖于与时俱进的信息技术，例如全智能客服系统还提供“服务直达”“语音识别”“服务监控”“智能绩效”等智能化服务，彻底革新传统客服服务体系，全方位提升客户体验。