



保誠 全面培訓員工 提升專業知識及服務態度

保險是保障一生的產品，因此，客戶與保險從業員之間的關係往往密切而長久。除了前線的銷售人員以外，優質的客戶服務關係亦是維繫這段關係的重要關鍵，有效增加客戶的忠誠度及推動銷售。

扎根香港51年，保誠保險有限公司（下稱「保誠」）一直秉持「用心聆聽 更知你心」的企業理念；而於今屆「國際傑出顧客關係服務獎」中，便有3名保誠客戶服務部員工體現出公司的優質客戶服務文化，以卓越的客戶服務表現勇奪殊榮。

保持心境愉快 提供優質服務

今屆得獎的員工，包括客戶服務部經理周焯君（Sammy）、客戶服務部主管岑俊龍（Terry）及客戶服務部助理經理李志輝（Andy），其中Sammy獲頒「傑出顧客服務經理（顧客服務中心）」，而Terry及Andy則勇奪「優異獎——傑出顧客服務專業人員（客戶聯絡中心）」。

投身客戶服務行業15年的Sammy，除了處理一般客戶服務外，更要負責管理團隊及調配人手。在Sammy眼中，如何令客戶「開心」，乃維持良好客戶關係之最要元素。

「有開心的員工才有開心的客戶。因此，每天上班，我必須先帶著愉快心情，才能為客戶帶來愉快的體驗。此外，亦要站在客戶立場，思量未來或會發生的事，及早提醒他們作準備。」

親切笑容 獲客戶信任關鍵

至於另外兩名獲獎者——Terry及Andy，前者主要負責保誠綜合服務中心的客戶服務及一般查詢；而後者專責Outbound Customer Service（外撥顧客服務），透過電話跟進保單售後及退保等事宜。

Terry於大學畢業後，便加入保誠的大家庭。「加入保誠3年，讓我學會了如何細心聆聽，解決客戶的問題。我負責的是面對客戶的前線工作，故此我們給客戶的第一個印象非常重要。當中，親切的的笑容，是贏取客戶信心的最先決條件！」

至於主要以電話與客戶溝通的Andy，則表示客戶服務員的聲線及語調也能助客戶建立一個良好的印象。「聲線要予人誠懇、樂於服務的感覺，才會令客戶有信心，並把自己的問題交給你處理。當然，我們對公司的產品，亦需要有很透徹的理解，才能為客戶解決疑難。」

公司上下同心 贏得客戶讚賞

保險業發展迅速，產品五花八門；而客戶要求亦

「公司提供全面而實用的培訓，讓我們掌握所需的產品知識與客戶服務技巧，以便客戶了解保單內容。同時亦要學習情緒管理，時刻以最優質和專業的態度服務每名客戶。」

日趨多元化，故保險從業員必須不斷與時並進，才能為客戶提供正確而快捷的資訊。3名得獎者不約而同感謝公司提供全面而實用的培訓，讓他們掌握所需的產品知識與客戶服務技巧，以便客戶了解保單內容。同時亦要學習情緒管理，時刻以最優質和專業的態度服務每名客戶。

「一次優質的客戶服務體驗，除了客戶服務人員的努力外，還需要其他部門及公司的協助。公司一直強調我們必須於面對客戶的所有接觸點，均提供高質素而連貫的客戶服務，而非單一部門的責任。」Sammy表示公司的服務文化深厚，各個部門均上下一心，矢志提供最優質的服務體驗。



（左起）岑俊龍、李焯君及周焯君感謝公司的支援及培訓，助他們能以最優質和專業的態度服務每名客戶。（陳智良攝）

談及今次參賽體驗，Terry認為整個準備及參賽的過程讓他有機會回顧及審視自己過往的工作表現，並能加以改進及學習；而Andy則直言獲獎增加了他對工作的認同感，往後提供優質服務將更有信心；而Sammy則感謝過多名恩師的提點，讓她掌握客戶服務的竅門。

難忘經歷源於優秀客戶服務

「曾有一名客戶投訴他的保單保障減少。經我查閱其保單及相關資料後，我向他的耐心解釋保單內容，而客戶亦很快理解解箇中原委，除了表揚我的服務外，更向公司多購買一張保單以增加保障。不僅客戶開心，亦能帶動銷售，是雙贏局面。」——周焯君



「曾有一名身患疾病的太太多次查詢假若其不幸身故的賠償安排，而我於過去數月亦一直耐心為客戶解答，以緩和她的不安。事隔大半年後，客戶的丈夫親臨我們中心辦理她的身故理賠。客戶離世雖然難過，但也要幸客戶為其家人留下一份保障。」——岑俊龍



「我曾跟進一名客戶的退保事宜，經過一番了解及解釋後，客戶仍堅持退保。我亦如常處理。然而至取消退保限期前一日客戶突然回心轉意，希望保留保單，但卻未能即日親自遞交書面確認。故我立即通知相關部門延長提交取消退保的期限，最終助她把保留保單延續，而她也寫信表揚我的幫助。」——李志輝



一張讓數百萬人信賴的面孔，源於1848年。



一百六十多年來，我們盡心盡力為客戶提供與時並進的保險、投資及退休理財服務。時至今日，全球超過2,400萬名保險客戶，將逾4,960億英鎊*的資金交予我們管理。從服務第一位客戶開始，直至發展成為全球最大人壽保險公司之一，這一張值得您信賴的面孔，一直都是英國保誠的經營信念。

*截至2014年12月31日