
中国平安人寿保险股份有限公司
团险客户分层级服务管理办法（暂行）

目 录

<u>一、总 则</u>	
<u>二、客户分层级管理标准</u>	
<u>三、分层级客户评定流程</u>	
<u>四、分层级客户服务标准</u>	
<u>五、各层级服务管理架构</u>	11
<u>六、岗位职责</u>	11
<u>七、考 核</u>	
<u>八、附 则</u>	
<u>附件一：VIP 客户资格申报/审批表</u>	
<u>附件二：VIP 客户季度服务记录汇总表</u>	
<u>附件三：VIP 客户绿色通道服务执行表</u>	
<u>附件四：VIP 客户日常关怀服务执行表</u>	
<u>附件五：VIP 客户电话咨询/投诉记录</u>	
<u>附件六：团险 VIP 客户服务满意度调查表</u>	
<u>附件七：VIP 客户年度服务投入测算表</u>	
<u>附件八：2003 年团险客户分层级服务启动工作主要安排</u>	
<u>附表 1：标准保费规模折算系数表</u>	
<u>附表 2：客户忠诚度折算系数表</u>	
<u>附表 3：利润贡献度折算系数表</u>	

一、总 则

第1条 为加强团险客户资源管理工作,建立团险客户分层级服务管理体系,实现团险客户分层级服务标准化、差异化,最终达到合理配置公司资源、有效提高客户留存率、培养平安团险忠诚客户群的目的,特制定本办法。

第2条 建立团险分层级客户服务标准化体系的目的:通过系统化、标准化服务,实现客户与我公司的互动关系,提升客户价值,确立平安服务新优势。

第3条 团险服务标准化主要指:

- 1、服务项目标准化:不同层级客户具有各自层级相同的服务项目及服务标准;
- 2、服务模式标准化:二级机构设立统一标识的柜面服务柜台(或中心),推行“一站式”服务模式;
- 3、服务流程标准化:严格按照服务流程、标准,及时、主动完成各项售后服务。

第4条 本办法所指客户为已投保我公司团险所有有效客户。

第5条 本办法适用范围:团险各级机构。

第6条 本办法适用的团险客户服务管理的基本原则有:

- 1、 分层级管理原则:根据客户价值的差异,对团险客户实行分层级服务管理。
- 2、 合理配置原则:根据客户不同层级合理配置公司服务资

源。

- 3、 重点投入原则：对 VIP 级客户公司进行重点投入。
- 4、 共同经营原则：总、分公司联合开展客户服务活动。
- 5、 主动服务原则：由以往的被动服务向主动服务转变。
- 6、 分步实施原则：对不同客户的服务标准，分步落实。

二、客户分层级管理标准

第7条 根据团险客户价值的差异,将团险有效客户分为三个层级,即:
金牌 VIP 客户、银牌 VIP 客户及普通客户(也称常规客户)。

第8条 金牌 VIP 客户由总公司统一评定;银牌 VIP 客户由分公司评定。每年年初公布 VIP 客户清单。

第9条 客户分层级评定的参考指标为客户价值指标。客户价值指标由标准保费规模、客户忠诚度、利润贡献度等参数综合评定。

第10条 客户价值指标=标准保费规模折算系数*30%+ 客户忠诚度折算系数*30%*K1+利润贡献度折算系数*40%*K2(标准保费规模折算系数、客户忠诚度折算系数及利润贡献度折算系数见附表)。

K1: 有效投保年度低于 3 年,首年=3.5; 次年=2; 第 3 年=1.5

K2:

第11条 团险各层级客户的入围标准如下:

- 1、 金牌 VIP 客户:原则上以年度累计标准长险保费 5000 万以上,或累计健康险实收保费 500 万以上,赔付率不高于 60%,或累计非健康险实收保费 100 万以上,赔付率不

高于 40% 的客户，即可入围金牌 VIP 客户评选名单。

2、 银牌 VIP 客户：各类机构入围银牌 VIP 客户的具体标准为：

A 类机构：原则上以年度长险标准保费在 2000 万以上，或健康险实收保费 300 万以上，赔付率不高于 60%，或非健康险实收保费 50 万以上，赔付率不高于 40% 的客户。

B 类机构：长险标准保费在 1000 万以上，或健康险实收保费 200 万以上，赔付率不高于 60%，或非健康险实收保费 20 万以上，赔付率不高于 40%。

C 类、D 类机构：长险标准保费在 500 万以上，或健康险实收保费 100 万以上，赔付率不高于 60%，或非健康险实收保费 10 万以上，赔付率不高于 40%。

3、 常规客户：除 VIP 客户以外的其他客户。

三、分层级客户评定流程

第12条 VIP 客户的确定流程：

1、 金牌 VIP 客户：由各分公司根据本机构客户资源情况和 VIP 客户入围标准推荐、上报总公司团险客户资源部，总公司客户资源部根据客户价值指标进行评定，报团险事业部总经理室审批确定，并通知公司各部门及所在机构，从确定次月开始按相应标准提供服务。

2、 银牌 VIP 客户：银牌 VIP 客户资格由分公司按照客户价值指标自行评审确定，并报总公司客户资源部备案。自

确定次月起开始按相应标准提供服务。

第13条 金牌VIP客户数量每年维持在30~40个名额，其中30个名额从上年度及以前已承保客户名单中产生，入围客户按照客户价值评估体系评估后硬性排名，另外10个名额从本年度新客户中评定。银牌VIP客户名额由机构根据当地机构的售后服务能力自行确定。

四、分层级客户服务标准

第14条 团险服务分为三大类：常规服务、增值服务和超值服务。

第15条 各层级客户对应的服务标准如下：

- 1、 普通客户服务标准：常规服务。
服务主体：分公司各层级相关岗位。
- 2、 银牌VIP客户服务标准：常规服务+增值服务
服务主体：分公司各层级相关岗位。
- 3、 金牌VIP客户服务标准：常规服务+增值服务+超值服务。
服务主体：以分公司为主，总公司参与部分服务项目。

第16条VIP客户重点服务对象：

- 1、 第一服务对象：VIP客户单位的主要领导1-2人。其中金牌VIP客户董事长或总经理自动成为平安保险集团顶级客户俱乐部成员。
- 2、 第二服务对象：客户单位的主要经办人1-2人。

第17条 常规服务标准：

- 1、 出单服务：在客户办妥所有的投保手续后，正常件出单时效为 5 个工作日。
- 2、 保全服务：在保单有效期内，客户提出保全需要，在接到相关申请书后，保全时效为 3 个工作日。简单信息变更当天完成。
- 3、 理赔服务：一般理赔案件处理，从立案到结案的时限为 7 个工作日。调查案件处理，从立案到结案的时限为 15 个工作日。与残疾鉴定有关的理赔案件按照正常鉴定时限完成。
- 4、 续期续保提醒服务：提前两个月进行客户保单的续期续保提醒。
- 5、 通知服务：在保单满期或失效时，及时向有关客户发送领取通知、复效通知，以及其他通知服务。
- 6、 回访服务：每年组织一次常规客户回访活动。
- 7、 查询服务：提供 PA18网上查询及 95511 电话查询服务功能，满足客户的各项查询需求。
- 8、 跨地域服务：对系统内任何机构承保的全国性或区域性大型客户的常规服务，各级机构自动纳入正常的常规服务范畴。

第18条 增值服务标准：

- 1、 绿色通道服务：

-
- ① **VIP 标识**：对已确定的 **VIP** 客户，前台接单时在相关的服务单证上加盖 **VIP** 标识，在 **GBS**及相关 **IT** 服务系统进行操作时，进入专门的 **VIP** 客户服务界面，严格按照 **VIP** 服务所要求的标准和时效进行作业。
 - ② **快速出单通道**：**VIP** 客户投保手续齐全，资料齐备后，出单时效为 3 个工作日（特大型客户出单时效不超过 7 个工作日），出单时必须在保险单据及服务手册上注明总、分公司的客户投诉专线电话。
 - ③ **快速保全通道**：在保单有效期内，**VIP** 客户提出保全需要，相关资料齐备，保全时效为 2 个工作日。简单信息变更当天完成。
 - ④ **快速理赔通道**：**VIP** 客户的一般理赔案件审理，从立案到结案的时限为 5 个工作日。调查案件，从立案到结案的时限为 10 个工作日。
 - ⑤ **快速财务通道**：新契约投保、加保业务，款项到帐后即时对帐；支付理赔款、退保费业务即时付款；对特殊性、突发性重大赔案，在理赔事实清楚，材料基本齐全的情况下，实行理赔款比例垫付服务。
 - ⑥ **VIP 服务手册**：为 **VIP** 客户提供由总公司统一印制的《**VIP** 专用服务手册》。
 - ⑦ **提供 SOS 服务**：根据客户需求提供 **SOS** 急难救助服务。
 - ⑧ **提供专人上门服务**：根据客户需求，设立服务专员，上

门服务，负责协调、督促客户的服务事项。

2、 日常关怀服务

- ① 设立 **VIP** 客户专线电话：客户资源部安排专人负责，受理客户的咨询与投诉。正常件当天回复，投诉件三天内答复。
- ② 定期寄送公司资料：每月定期为 **VIP** 客户寄送平安报刊和保险咨询（包括平安剪报、平安保险报、客户服务报）。
- ③ 公司定期回访：金牌 **VIP** 每年回访至少三次，银牌 **VIP** 每年回访至少两次。
- ④ 生日祝贺：在客户生日当天，送上生日祝贺。具体办法为：向第一服务对象赠送生日蛋糕一个、鲜花一束，标准为 120 元/人；向第二服务对象赠送生日贺卡一张、生日礼物一份，标准为 80 元/人。
- ⑤ 节日问候：每年两次传统节日（春节、中秋），向服务对象送上节日祝福，并赠送礼品，具体标准为每个节日 200 元/人。
- ⑥ 病期探访：凡客户因病住院，根据实际情况进行探访慰问，探访费用标准为最高 200 元/人。
- ⑦ 短信祝福：公司通过 **SMS** 短信系统提前向客户送上生日、节日祝福及病期慰问。
- ⑧ 提供年度保单报告：**根据实际情况**，每半年由客户服务部向客户提供一份保单报告书（包括详尽的缴费、保全、

赔付状况)。重大事件必须确保第一时间向客户提交处理意见。

⑨ 参与客户重大庆典活动：对客户重大庆典活动，公司根据实际情况发送贺电、贺礼。

⑩ 客户满意度调查：每年开展至少一次VIP客户专项满意度调查，调查结果作为衡量各级机构客户服务水平和服务效果的考核指标。并将结果在系统内进行通报。

3、VIP 贵宾接待室服务：

① 设立VIP客户接待室：负责接待VIP客户高层回访、VIP客户座谈或上门办理保单手续。各分公司根据自身实际情况设立：A类机构要求设立独立的接待室，并有明显标志牌；B类以下机构要求设专门接待人员。

② 专人接待：VIP客户上门回访或办理保单手续，客户资源部（室、岗）负责全程接待，并根据实际情况提前联系团险负责人、相关部门经理、跟进业务员参加会面。

③ 一站式服务：VIP客户上门办理保单售后服务手续，相关服务部门经理必须陪同（如因故未到，必须指定部门一名专人），全程跟进落实，直到将客人送到公司门外，目送客人离开后，才能回到办公室。

④ 贵宾服务：为VIP客户提供阅览、饮料、茶点服务。

⑤ 接待记录：客户资源部（室、岗）建立VIP客户来访接待记录制度，并将具体情况录入团险CRM客户关系管理

第 条超值服务标准：

1、 健康顾问服务：

每年为 **VIP** 客户提供一次三级甲等医院专家级标准以上的高级体检，或安排专家上门体检。同时根据体检结果，由医学专家提供一次医疗顾问服务。

2、 交流考察服务

① 专项交流服务：每年由总公司组织，邀请 **VIP** 客户参加一次总公司顶级客户俱乐部交流活动。

② 专项学习考察：每年由总公司组织，邀请金牌 **VIP** 客户参加小范围的国内外专项考察活动。

3、 全球礼宾服务。免费赠送平安礼宾卡，客户可以通过拨打 95511，获得预订酒店、各种门票、酒水食物、鲜花、海外租车、高尔夫球场、**SPA** 美容等各项服务。

4、 个人理财服务：为金牌 **VIP** 客户高层领导，设立平安个人理财顾问，提供专业个人理财咨询服务。

5、 平安内部媒体免费宣传：如免费在平安 **PA18**网站提供金牌 **VIP** 客户信息宣传窗口，以提升客户的社会价值。

第20条 跨地域服务：各级机构对平安系统内任何其他机构承保的全国性或区域性大型客户业务常规服务、增值服务及超值服务，自动纳入当地机构的服务范畴。

第 条总公司团险成立客户服务管理委员会。由总经理室成员任主任，各部门负责人为服务管理委员会委员。

第22条各二级机构团险成立客户服务执行委员会，由团险负责人任组长，各相关部门负责人为成员。客户资源部负责协调、组织和最终落实。

六、岗位职责

第23条总公司团险事业部总经理室成员每年亲自参加至少 10~15 个金牌 VIP 客户的回访服务。由总公司客户资源部负责统筹安排并做好回访记录。

第24条总公司团险各主要部门负责人(团险客户资源部、业务管理部、市场营销部、中介拓展部、综合开拓部、健康险部等)每年亲自参加至少 2~3 个金牌 VIP 客户和 3~5 个银牌 VIP 客户的回访服务。

第25条分公司团险负责人每年亲自参加至少回访 20 个银牌 VIP 客户和所有当地机构所属金牌 VIP 客户的回访服务。分公司客户资源部(室/岗)负责统筹安排并做好回访情况记录。

第26条总公司团险客户资源部服务职责：

- 1、 每年根据实际情况调整 VIP 客户服务项目及服务标准。
- 2、 总结上年度服务状况，制定本年度标准化服务年度财务预算。

按季度汇报全系统客户服务状况，并提交下阶段改进措施和行动方案。

- 4、 每年 1 月 15 日前向团险总经理室提交本年度金牌 VIP 客户名单和总经理室成员、各部门负责人参加回访服务的年度分解计划。
- 5、 负责建立并维护 VIP 客户详细资料档案，保证 VIP 客户经营管理的持续、有序。
- 6、 定期公布需提供跨地域服务的客户单位名单及个性化服务标准。
- 7、 及时完善客户服务管理考核标准。
- 8、 设立总公司 VIP 客户服务专线咨询电话，及时掌握各级机构客户服务质量。
- 9、 组织对全系统 VIP 客户的满意度调查工作。
- 10、 建立并完善全系统 CRM 客户服务管理体系。

第27条 分公司团险客户资源部（室/岗）服务职责如下：

- 1、 根据客户分层级评定标准，每年 1 月 15 日前向机构团险总经理室提交本年度金牌 VIP 客户名单和总经理室成员、各部门负责人参加回访服务的年度分解计划。
- 2、 制定所在机构客户服务专项年度财务预算。
- 3、 定期汇报所在机构客户服务状况，发现经营问题，协调相关部门及时解决。
- 4、 配合总公司做好金牌 VIP 客户经营，负责分公司各项 VIP 客户具体经营工作的落实执行。

及时维护 VIP 客户详细资料档案，保证 VIP 客户信息真实、有效。

- 6、 协调并确保跨地域服务工作有序开展。
- 7、 设立分公司 VIP 客户服务专线咨询电话，及时了解客户对公司服务满意状况。

第28条 总公司业务管理部门的客户服务职责：

- 1、 完善契约、核保、保全、理赔等分层级客户服务流程、标准化常规服务辅助工具及考核措施，严格执行服务标准，确保服务时效。
- 2、 完善 VIP 客户绿色服务通道系统支持功能，全力确保总、分公司的 VIP 客户服务工作。
- 3、 根据承保状况及时向客户资源部提交跨地域服务单位名单及服务需求，落实跨地域服务内容。
- 4、 每季度联合客户资源部举行标准化服务专项落实会议，及时发现并解决客户服务管理中的问题。

第29条 各前线销售管理部门的客户服务职责：

- 1、 配合客户资源部、业务管理部确定本销售系列的 VIP 客户名单。
- 2、 落实专人专岗，参与各层级 VIP 客户的服务管理工作。
- 3、 收集客户信息，及时反馈客户需求及建议。
- 4、 配合客户经营，策划开展各项宣导及激励活动。
- 5、 开展业务员品质管理，推动一线积极参与客户服务管理工作。

条IT部门职责：

- 1、 配合总公司客户资源部，建立、完善团险客户服务管理系统。
- 2、 在 GBS系统及相关服务系统上设立单独 VIP 客户服务界面，显示 VIP 客户服务标识，设定各项 VIP 服务时效，记录 VIP 各项服务内容。
- 3、 整合 GBS PA18 95511 的客户数据接口，详细记录客户信息及服务过程，并通过团险客户服务管理系统进行统一协调。
- 4、 配合客户资源部、业务管理部完善客户服务数据分析功能。

第31条 机构客户管理工作的第一责任人为团险负责人，第二责任人为客户资源部（室、岗）负责人、业务管理部负责人，同时客户资源部（室、岗）、业务管理部须指定专人担任客户服务专员，确保服务工作正常、有序进行。

七、考 核

第32条 机构客户服务状况指标纳入团险负责人、客户资源部（室、岗）负责人、业务管理部负责人的年终考核指标。

第33条 业务管理部各岗位服务按照各层级常规服务标准进行考核；业务员提供的服务按现行业务员品质管理办法考核。

第34条 [投诉管理](#)：

如后线相关岗位未能按标准提供 **VIP** 客户服务，并出现客户投诉现象的，经核实确认后，对被投诉人处罚为：投诉一次通报批评；投诉两次调换岗位。每次投诉扣发被投诉人及所在部门负责人当月 10%的绩效。

- ② 如业务员未能为客户提供良好服务，并有误导行为的，经核实确认后，对被投诉业务人员处罚为：投诉一次给予警告；投诉两次给予通报批评；投诉三次给予取消对相应客户的维护资格，由所在营业部派人负责接管。其他事项，参照业务员品质管理办法执行

第35条 服务满意度整体考核指标：满意度调查区分非常满意、满意、一般和不满四个档次。对不同层级客户的满意度指标要求为：

- 1、 金牌 **VIP** 客户对公司的满意度：选择非常满意的客户占比必须追求至少 80%以上，选择满意以上的客户占比为 100%；不能出现一般，甚至不满意的客户；总、分公司考核权重分别为 30%和 70%；
- 2、 银牌 **VIP** 客户对公司的满意度：选择非常满意的客户占比必须追求至少 70%以上，选择满意以上的客户占比为 100%；不能出现一般，甚至不满意的客户；总、分公司考核权重分别为 20%和 80%。
- 3、 普通客户对公司的满意度：选择非常满意的客户占比至少 30%以上；选择满意的客户占比为 65%以上；出现“一般”的客户占比不宜超过 5%；不满意的客户占比控制在

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/006202032151010203>