



Doanh nghiệp bảo hiểm rầm rập thay đổi để giữ thị phần

Cập nhật lúc 16:37, Thứ Sáu, 04/09/2009 (GMT+7)

Thị trường Bảo hiểm Việt Nam đang trong quá trình tiếp cận các chuẩn mực quốc tế. Thời điểm này buộc các tổ chức kinh doanh bảo hiểm (BH) phải nâng cao chất lượng dịch vụ cũng như cách thức quản trị điều hành để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của người dân cũng như tăng khả năng cạnh tranh.

Đầu tiên phải kể đến ACE Life, DN mới đây đã tạo bước rẽ mới khi cho ra đời Bộ phận Kiểm tra chất lượng với mục đích đảm bảo khách hàng được tư vấn chính xác và đã tìm hiểu kỹ hợp đồng trước khi tham gia Bảo hiểm nhân thọ (BHNT) tại công ty.

Theo ông Lâm Hải Tuấn, Tổng Giám đốc ACE Life Việt Nam: *“Chúng tôi đã phải đầu tư thêm về nguồn nhân lực, chi phí vận hành*

và chấp nhận thử thách vì là công ty đi tiên phong. Tuy nhiên, chúng tôi hiểu rằng khách hàng tham gia BH là để mua về sự an tâm cho mình nên không ngần ngại đầu tư để khách hàng có được sự an tâm tuyệt đối khi chọn ACE Life”.



Hiện tại, ngày càng có nhiều khách hàng sử dụng internet hoặc các ứng dụng công nghệ khác để thực hiện các giao dịch tài chính cũng như để khảo sát thông tin và mua sắm sản phẩm và dịch vụ.

Tháng 5/2009, Korea Life đã cho ra đời dịch vụ "Nhắn tin liền. Bảo hiểm ngay!". Và trong khoảng thời gian này, ACE Life cũng cho ra đời dịch vụ tin nhắn SMS để khách hàng

cập nhật thông tin hợp đồng nhanh chóng. Cũng trong năm 2009, Dai-ichi Life cũng

được ghi nhận là công ty có những ứng dụng CNTT hiện đại riêng nhằm phục vụ cho kế hoạch kinh doanh dài hạn của Dai-ichi Life Việt Nam.

Yêu cầu của khách hàng sử dụng BH ngày càng cao đòi hỏi các công ty BH buộc phải đổi mới bởi nếu họ không thay đổi thì việc mất thị phần chỉ mang tính một sớm một chiều. Bên cạnh đó việc nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp của nghề tư vấn BH qua các chương trình đào tạo và tuyển dụng là cần thiết.

Có thể nói, hiện nay hầu hết các hãng BH đều ý thức được việc tuyển chọn gắt gao đội ngũ tư vấn viên. Những người có trình độ, có mối quan hệ xã hội, có khả năng giao tiếp tốt mới được nhận vào tham gia các lớp huấn luyện. Những bài kiểm tra, những kinh nghiệm tư vấn được trao đổi hàng tuần giúp các học viên nâng cao kỹ năng và cũng ý thức tốt hơn về công việc của mình. Nhiều công ty BH đã kiên quyết không nhân nhượng đối với những nhân viên tư vấn BH đi ngược lại với quyền lợi khách hàng hoặc có những hành vi chưa tốt trong cộng đồng.

Ông Lâm Hải Tuấn, Tổng giám đốc ACE Life thừa nhận con người đóng vai trò hết sức quan trọng cho sự thành bại của một công ty BHNT và chính môi trường doanh nghiệp sẽ quyết định chất lượng của con người. Thời gian qua doanh nghiệp BH này đã không ngừng nỗ lực khi đưa ra mục tiêu dựa vào chất lượng phục vụ để xây dựng uy tín công ty. Điều đó mang lại lợi ích cho những sản phẩm BH liên kết chung.

- **T.Ngà**