

电子商务在保险公司销售服务中的应用研究

陆莹

(广西工商职业技术学院, 广西 南宁 530008)

摘要: 随着当前电子商务发展趋势的日益迅猛, 保险公司的销售服务也随之产生了巨大的变化。电子商务在保险公司宣传方式、销售渠道以及售后服务等诸多方面的应用发挥着关键性的作用。基于此, 本文主要对电子商务在保险公司销售服务中的应用现状进行了深入探究, 进而针对存在的问题提出了相应的解决策略, 以期能够为电子商务在保险公司销售服务中更好的应用提供必要的帮助。

关键词: 电子商务; 保险销售; 应用策略

在现代化信息技术不断发展的今天, 电子商务的出现给人们的日常生活与工作方式带来了翻天覆地的变化。对于保险公司的销售服务而言更是如此, 电子商务对于保险产品的销售, 营销方式的转变以及电子保单的出现提供了重要的帮助。相较于传统形式的保险销售业务而言, 电子商务销售模式能够有效降低程度, 提升销量, 给人们提供更加便捷与高效的销售服务, 因此研究电子商务在保险公司销售服务中的应用有着重要的现实意义与价值。

一、电子商务在保险业应用现状

(一) 保险系统对接不完善

就传统的保险销售业务而言, 销售人员所在的销售区域一般都是固定的, 这也就导致保险系统本身的对接不完善问题没有暴露出来, 而随着电子商务在保险公司销售服务中的应用, 销售人员所面对的客户来自多个不同的地区, 在保险业务的选择上自然也就产生巨大的差异。另外, 保险系统对接不完善的问题还体现在电子商务的系统对接方面。由于保险电子商务的主要凭借是电子保单, 我国当前关于电子保单的法律认定上还存在诸多不完善的地方。因此, 为了弥补这一问题, 一些保险公司会在应用电子商务开展保险销售时通过向客户邮寄书面合同的方式来进行确定, 这一过程中存在着电子商务的支付系统对接不完善的问题。

(二) 用户信息安全保护方面存在隐患

由于保险公司在为用户进行投保时会涉及到大量的个人信息, 并且在应用电子商务平台进行投保时, 用户的个人信息会借助网络渠道进行传播, 这也就导致用户的信息安全保护存在一定的隐患。随着当前网络技术的不断发展, 用户个人信息的安全保护需要引起足够的重视, 用户的个人信息一旦出现泄露的问题, 势必会导致巨大的财产损失。现阶段的电子商务在保险销售中的应用, 通常都是借助网络平台来进行, 这也就避免地产生用户个人信息被泄露的风险。

(三) 市场认可程度不高

由于电子商务在保险公司销售服务中的应用还没有得到广泛的推广, 用户采用这种投保的方式较少, 更多是在车险领域得到了较大规模的应用。在保险业务投保的过程中, 需要对投保人以及被保人的详细信息进行核查, 包括其身体健康情况、工资收入情况、家庭情况等, 在保证这些信息正确无误的基础上才可以办理投保业务。由于用户缺乏对电子商务保险模式足够的信任与认可, 信息核实模式也有待完善, 这些都是制约电子商务在保险公司销售服务中的应用主要原因。

二、电子商务在保险业中应用的解决对策

(一) 建立起完善的保险系统对接模式

针对电子商务在保险公司销售服务中的应用过程中所出现的

保险业务在不同地区存在差别的问题, 可以在保险系统中制定出完善的选择方法, 对于不同地区的客户, 可以在保险业务的选择上加以统一。同时由于受到时间的推移, 部分保险业务也会发生变化, 因此如何借助新旧保险业务在对接过程中出现的问题也是非常有必要的。首先需要制定出科学完善的对接系统, 加强界面的优化工作, 便于用户的操作使用; 其次需要优化保险业务的选择对比模式, 给客户提供更好的使用体验, 能够直接明了地选择最适合自身实际情况的保险产品, 以此来提升保险公司销售产品的市场竞争力。

(二) 做好用户信息安全保护工作

对于保险公司而言, 在应用电子商务销售模式时需要加强对用户个人信息安全保护方面的建设工作, 尤其需要做好系统软件、硬件方面的保障工作, 确保用户的个人信息不被泄漏。另外对于客户而言, 也需要尽可能提升自身的安全意识, 尤其是在选择投保网站时, 切忌随意填写自己的个人信息, 不打开陌生的邮件、不安全的网站, 在使用网络平台进行投保时养成良好的使用习惯, 加强对与个人信息安全相关知识的学习。对于用户信息安全的保障工作需要多方面的共同努力, 尤其是保险公司以及相关的销售企业需要明确自身责任, 作为客户信息安全的保护主体, 保险公司和销售企业应当积极建立起完善的客户信息安全保护机制, 以此来获取用户的信赖, 为用户的财产安全提供充足的保障。

(三) 积极进行市场宣传推广

当前, 针对电子商务在保险公司销售服务中还没有得到广泛应用以及获取足够的市场认可度等问题, 保险公司需要加强做好市场宣传推广工作, 为用户直接在网络平台上进行投保提供充足的便利。在实际推广过程中, 保险公司可以提出具体的优惠活动, 比如说针对选择使用网络平台进行投保的客户在价格上给予一定的优惠, 以此来吸引更多的用户直接通过网络渠道参与投保。在一些保险业务种类的选择上, 例如车险, 则可以加强对电子商务平台销售渠道的结合, 还可以直接学习与借鉴一些普通商品的网络营销成功案例, 将保险产品当做一种普通商品进行销售, 重点突出其性价比优势。

三、结语

总而言之, 随着当前保险产品销售市场竞争的日益激烈, 越来越多的保险公司以及保险产品层出不穷, 这也就导致保险公司所面临的市场压力与日俱增。电子商务的适时出现, 给保险公司提供了重大的发展机遇。然而, 需要认识到电子商务保险公司销售服务中的应用, 还存在着一些问题, 例如保险系统对接模式不完善、用户信息安全存在隐患、市场认可度不高等问题。对于这些问题积极进行解决, 有利于促进电子商务在保险业中的应用, 也有利于电子商务的发展, 能够使得电子商务和保险业在发展中获得双赢。

参考文献:

- [1] 谢林溪. 论电子商务在我国保险业中的应用与发展 [J]. 理论观察, 2017, 06: 149-150.
- [2] 申莉. 电子商务在我国保险业种的应用与发展前景 [J]. 科技致富向导, 2016, 14: 210, 244